

Pengaruh “YouTube” Terhadap Popularitas Ceu Eha Sebagai Sinden Laki-Laki

Fella Fahira, Ismet Ruchimat, Neneng Yanti K. Lahpan
Program Studi Penciptaan dan Pengkajian Seni, Pascasarjana Institut Seni Budaya Indonesia
Bandung
JL. Buah Batu no 212 Kota Bandung
fellafahira29@gmail.com

Abstrak

Media digital memiliki dampak yang cukup besar terhadap berbagai bidang kehidupan manusia, termasuk kesenian. Artikel ini bermaksud memaparkan mengenai pengaruh media digital, khususnya Youtube, terhadap popularitas seorang sinden, dengan tujuan untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh media digital tersebut terhadap popularitas Ceu Eha sebagai sinden laki-laki. Etnografi visual digunakan sebagai metode penelitian, dengan teknik pengumpulan data dengan cara menonton, mengamati, melihat respon *viewers*, studi pustaka, serta melakukan wawancara mendalam dengan narasumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) awal perjalanan karir Ceu Eha sebagai sinden laki-laki dipengaruhi oleh beberapa factor, baik keluarga maupun Pendidikan, namun tekad dan semangat pantang menyerah melalui berbagai upaya menjadikannya seniman yang dapat diperhitungkan dan (2) popularitas Ceu Eha meningkat tajam berkat adanya media digital, khususnya YouTube, yang menarik perhatian penonton sehingga menjadi viral.

Kata Kunci: Pengaruh YouTube, popularitas, Sinden laki-laki, Ceu Eha

Abstract

The influence of digital media on various fields is very influential, including in performing art. This article explains the influence of digital media the popularity of sinden, with the aim of knowing how much influence the digital media has on Ceu Eha's popularity as a male sinden. Visual ethnography employed as a research method with a data collection technique by watching, observing, and viewing viewers' responses, literature studies, and conducting in-depth interviews with related sources. The results shown that (1) beginning Ceu Eha's career journey as a male sinden influenced by various factors, both is family and his education, but his determination and his unyielding spirit through various efforts make him become a renowned artist, and (2) Digital media has big influence on Ceu Eha's popularity when he gone viral on social media.

Key word: *YouTube influence, popularity, male sinden, Ceu Eha*

A. PENDAHULUAN

Saat ini, berbagai platform media online, khususnya YouTube, telah berperan besar dalam muncul dan populernya seorang penyanyi. Seperti terlihat pada fenomena terbaru seorang penyanyi cilik yang popularitasnya tiba-tiba meningkat tajam hingga diundang oleh Presiden tampil di Istana Negara, berkat penampilannya di panggung yang ditayangkan di YouTube. Saat ini, YouTube menjadi daya tarik dan ruang alternatif yang penting untuk mengangkat popularitas seseorang. Demikian pula yang dialami oleh seorang penyanyi Sunda tradisional, yang biasa disebut Sinden. Namun, sinden yang menjadi pembahasan kali ini berbeda. Jika peran sinden identik dengan perempuan, maka dalam tulisan ini peran sinden dimainkan oleh laki-laki, dengan nama panggung Ceu Eha.

Secara umum sinden dapat diartikan sebagai seseorang yang mempunyai keahlian menyanyi gending Jawa atau tembang lainnya yang bertugas sebagai pengiring dalam sebuah pertunjukan. Pada umumnya, kebanyakan sinden berjenis kelamin perempuan. Kehadiran seorang sinden merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan dalam sebuah pertunjukan. Hal ini dapat dilihat pada setiap pertunjukan bagaimana kehadiran sinden cenderung menjadi fokus perhatian penonton yang merupakan salah satu dari keberhasilan dalam sebuah pertunjukan. Hal ini dapat dilihat melalui karakter dan karisma serta daya tarik seorang sinden yang mampu menghidupkan sebuah pertunjukan (Iffah dan Huda, 2019:37). Kedudukan dan penggunaan istilah sinden di Jawa Barat kemungkinan besar terkait dengan peristiwa kolonisasi mataram di tatar Sunda pada awal abad ke-18. Orang Sunda sangat terpengaruh oleh kebudayaan Jawa setelah abad ke-17. Mereka ditaklukkan oleh tetangganya, raja Jawa dari Mataram. Bukan hanya ranah kesenian, tetapi juga administrasi pemerintahan, gaya hidup, dan bahasa, termasuk kesastraan Sunda yang selama hampir dua ratus tahun berkembang menurut estetika Jawa (Moriyama, 2005:2).

Pada perkembangannya di Jawa Barat, sinden memiliki peranan yang lebih spesifik yang secara profesional umumnya mereka terlibat dalam beragam repertoar penyajian karawitan, seperti *kiliningan*, *wayang golek*, *celempungan*, *ketuk tilu*, *jaipongan*, dan lain-lain. Kedudukan (*positioning*) sinden pada pertunjukan-pertunjukan tersebut selalu berada di garda depan (*front liner*), yaitu sebagai penyaji sekar utama (*lead vocal*). Meskipun kedudukan sinden sebagai representasi perempuan pada penyajian ini sangat dominan, pada dasarnya terdapat unsur sekunder sebagai pelengkap vokal yang umumnya dipresentasikan oleh pria yang disebut *Juru*

Alok. *Alok* merupakan penyanyi laki-laki dalam sajian pertunjukan gamelan *pelog salendro*. Pada pertunjukannya peran *alok* biasa menyajikan sebuah lagu dalam bentuk kenongan dan goongan, setelah sinden bernyanyi (Sasaki, 2007:10).

Secara umum keberadaan karawitan Sunda tidak terlepas dari peran dan kedudukan laki-laki dan perempuan dalam sebuah pertunjukan. Orientasi instrumentasi terhadap waditra hingga peran dan kedudukan sinden kebanyakan masih terasa ditentukan berdasarkan peran dan fungsi gender. Kaum laki-laki umumnya lebih memilih peran sebagai penabuh atau *pamirig* gamelan, rebab, kendang. Sedangkan perempuan lebih memilih posisinya sebagai pesinden atau *juru kawih*. Kebiasaan ini pada dasarnya lebih didasarkan oleh ketentuan-ketentuan atau konvensi karawitan yang telah berjalan lama. Peran sinden di dalam karawitan Sunda sudah mulai memasuki ruang orientasi baru sebagai dampak dari perkembangan sosiokultur di Jawa Barat. Hal tersebut dapat dibuktikan seiring dengan perkembangan zaman terkait dengan kedudukan setiap pemain yang mulai beralih peran seperti halnya perempuan mulai memasuki ranah laki-laki, yaitu dengan memainkan kendang, rebab, atau alat musik yang lain begitupun sebaliknya seperti laki-laki yang mencoba masuk ke dalam peran perempuan yaitu menjadi seorang sinden.

Pandangan kultural masih memahami bahwa kedudukan dan peran sinden masih berada pada ruang ordinasi tertentu, akan tetapi pada perkembangannya terdapat orientasi baru sebagai dampak dari perubahan sosial tersebut, yaitu dengan memahami bahwa selama kemampuan itu masih dapat dipertukarkan maka secara kultural itu tidak dianggap sebagai sebuah kodrat atau aturan yang baku dalam konteks karawitan. Hal tersebut berkaitan dengan konsep gender yakni suatu sifat yang melekat pada kaum laki-laki maupun perempuan yang dikonstruksi secara sosial maupun kultural. Seperti halnya perempuan itu dikenal lemah lembut, cantik, emosional, atau keibuaan, sementara laki-laki dianggap, kuat, rasional, jantan, perkasa. Ciri dari sifat itu sendiri merupakan sifat-sifat yang dapat dipertukarkan. Artinya, ada laki-laki yang emosional, lemah, lembut, keibuan, sementara ada juga perempuan yang kuat, rasional, perkasa. Semua hal yang dapat dipertukarkan antara sifat perempuan dan laki-laki, yang bisa berubah dari waktu ke waktu serta berbeda dari tempat ke ketempat lainnya, maupun berbeda dari satu kelas ke kelas yang lain, itulah yang dikenal dengan konsep gender. Setiap sifat yang melekat pada jenis kelamin tertentu dan sepanjang sifat-sifat tersebut bisa dipertukarkan, maka sifat tersebut adalah hasil konstruksi masyarakat, dan sama sekali bukanlah kodrat (Fakih, 2013: 8-10).

Berkaitan dengan hal tersebut muncullah beberapa fenomena yang terjadi, yaitu sinden tidak hanya seorang wanita melainkan muncul fenomena sinden laki-laki. Fenomena tersebut

merupakan suatu fakta atau kejadian yang dapat diobservasi oleh indera dan hal tersebut dianggap tidak biasa atau abnormal. Fenomena ini dapat terjadi karena ada sesuatu di luar dari kebiasaan yang dilakukan dengan tidak mengacu pada kebiasaan yang umum. Hal tersebut sejalan dengan kemunculan fenomena sinden laki-laki dalam karawitan Sunda di Jawa Barat yang menjadi perbincangan di beberapa kalangan masyarakat, khususnya masyarakat seni. Hal ini dikarenakan masih banyak orang yang belum mengetahui mengenai sinden laki-laki, padahal fenomena sinden laki-laki ini sudah berlangsung sejak lama, bahkan selalu ada di setiap generasi. Di Jawa Barat, fenomena tersebut dianggap gejala baru yang masih sangat jarang, sedangkan jika mengacu pada wilayah lain seperti Jawa Tengah, Jawa Timur dan daerah lainnya hal tersebut sudah menjadi hal yang biasa. Salah satu adalah contohnya Jajang Kamsur atau yang lebih dikenal dengan Ceu Eha merupakan salah satu sinden laki-laki yang ada di Jawa Barat. Ia sudah menjalankan profesi sebagai sinden laki-laki kurang lebih selama 32 tahun. Nama Ceu Eha mulai tersebar luas dan dikenal banyak orang di akhir tahun 2020 ketika namanya viral di berbagai media online terutama dalam *platform* Youtube. Berkat beberapa video nya yang viral tersebut eksistensi Ceu Eha sebagai sinden laki-laki mulai populer kembali.

Kata populer berasal dari kata dalam bahasa Latin yaitu kata *populus* yang mempunyai arti rakyat banyak. Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata *popular* memiliki arti: (1) dikenal dan disukai orang banyak; (2) sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada umumnya, mudah dipahami banyak orang, (3) disukai dan dikagumi orang banyak. Kesuksesan dalam dunia remaja seringkali digambarkan oleh popularitas (Pohan, 2005:10). Kata popularitas itu sendiri dapat terjadi pada berbagai hal contohnya seperti makanan, suatu tempat, dan lain-lain, tetapi, yang sangat dikenal adalah istilah popularitas banyak digunakan untuk memberi status khusus seseorang. Seseorang dikatakan berhasil jika hubungannya dengan lingkungan sosial seperti berinteraksi dengan teman-temannya, dapat terlihat dari bagaimana penerimaan atau penolakan dari masing-masing individu atau kelompok sosialnya. Sedangkan, saat ini popularitas digunakan sebagai alat ukur untuk membuktikan bagaimana kemampuan individu tersebut dalam membangun hubungan sosialnya. Popularitas ini sendiri tidak mutlak sifatnya. Seseorang bisa menjadi sangat disukai dan populer pada suatu waktu, namun di saat lain kepopulerannya memudar seiring berubahnya aspek-aspek popularitas yang menjadi indikator di kelompok tersebut. Tak heran banyak remaja melakukan berbagai cara untuk tetap mempertahankan popularitasnya mengingat keuntungan yang didapat dengan menjadi populer

(Dewi, 2018:24).

Dengan demikian berdasarkan pemaparan di atas, fenomena sinden laki-laki ini dapat dikatakan unik karena berbeda dari kebiasaan pada umumnya. Kemunculan sinden laki-laki ini tentunya tidak terlepas dari pro dan kontra banyak faktor yang mempengaruhi hal tersebut. Hal ini lah yang menjadi latar belakang dari ketertarikan penulis untuk mengkaji fenomena sinden laki-laki dalam karawitan Sunda. Perlakuan diskriminasi terhadap beberapa sinden laki-laki oleh masyarakat seni menjadi sebuah urgensi. Selain itu, tulisan mengenai sinden laki-laki juga masih sangat jarang dan belum banyak ditulis. Berdasarkan sejumlah hasil penelitian mengenai karawitan Sunda khususnya penelitian dalam sekar *kepesindenan* masih berfokus pada unsur-unsur musikalitas saja, seperti penelitian Sulastri (2013) mengenai sinden *ngahaleuang* dina wayang, Irawan (2014) Karakter Musikal Lagu Gede Kepesindenan dalam Karawitan Sunda, Asriningsih (2020) Strategi Pembelajaran Untuk Peningkatan Kompetensi Sinden Sunda: Perbandingan antara Metode *Ngabeo* dan Pralagam, dan sebagainya. Dari berbagai penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini menawarkan sesuatu yang baru yakni pada aspek sinden laki-laki khususnya terhadap pengaruh media digital terhadap popularitas seseorang. Adapun tujuan penelitian ini yaitu, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media digital terhadap popularitas Ceu Eha sebagai sinden laki-laki.

B. METODE

Metode yang digunakan dalam tulisan ini yaitu etnografi visual dengan cara menonton, mengamati, melihat respon *viewers*, serta melakukan wawancara mendalam dengan narasumber sebagai teknik pengumpulan data. Etnografi virtual bertujuan untuk memberikan pemahaman yang khas atas pemaknaan dan implikasi dari penggunaan Internet terhadap berbagai aktivitas penggunaannya. Hine (dalam Achmad dan Ida, 2018) mengemukakan bagaimana metode antropologi sosial budaya yang diterapkan dengan tepat, dapat memberikan pemahaman teoritis dan membantu menentukan kelancaran dinamika hubungan di dunia *online* (daring) (Lahpan, 2021: 9).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perjalanan karir Ceu Eha sebagai sinden laki-laki

Setiap orang tentunya memiliki proses yang berbeda-beda dalam setiap perjalanan

karirnya. Begitupun juga dengan Ceu Eha yang memiliki perjalanan yang berliku-liku. Ceu Eha memulai karirnya dan mulai berkecimpung dalam dunia kesenian sejak duduk di bangku kelas 5 SD. Pada saat itu, Ceu Eha mulai pentas di atas panggung dan belajar *nyinden ketuk tilu* dengan lagu “Sinden Beken”. Setelah beranjak dewasa Ceu Eha sempat mengamen di dalam bus. Ceu Eha mengamen di salah satu bus Mitra Setia dengan tujuan Bandung-Ciwidey. Setiap kali mengamen Ceu Eha selalu membawa kacapi sebagai alat musik yang mengiringinya dan Ceu Eha juga selalu membawa kartu nama di saku bajunya untuk diberikan kepada penumpang bus. Hal ini dilakukan Ceu Eha dengan tujuan untuk mempermudah orang lain yang membutuhkan jasa nya untuk bisa langsung menghubungi nomor yang tertera di dalam kartu tersebut. Ceu Eha menjalani kegiatan mengamen ini kurang lebih selama satu tahun, karena tujuan awal Ceu Eha mengamen, yaitu keinginan untuk mempunyai grup kesenian sendiri. Setelah Ceu Eha berhasil mengumpulkan uang dari hasil mengamen, Ceu Eha berhasil membeli gamelan dan mendirikan Grup Puspa Katineung bersama Mang Oleh kakak iparnya sekitar tahun 1980. Setelah berhasil mendirikan grup sendiri, Ceu Eha bertemu dengan Ceu Ooh dan mengisi acara bersama di radio Rama pada tahun 1985. Ceu Eha sering mengisi acara Pop Sunda di radio tersebut. Dari sini lah awal mula Ceu Eha bertemu dengan Alm. Darso (penyanyi Sunda terkenal) yang melihat keunikan Ceu Eha. Melihat keunikan tersebut, Ceu Eha langsung diajak rekaman dan membuat album oleh Alm. Darso. Setelah membuat album nama Ceu Eha semakin dikenal banyak orang, khususnya pecinta Pop Sunda.

Pada tahun 2017, Ceu Eha bertemu dengan Kacapi Iblis yaitu salah satu grup dari Tanjungsari dan mulai berkolaborasi dengan grup tersebut. Kolaborasinya tersebut mulai di ekspos ke media sosial dan banyak orang yang penasaran dengan kolaborasi tersebut. Semakin hari respon masyarakat terhadap Ceu Eha semakin baik, banyak yang penasaran dengan sosok Ceu Eha. Kini, Ceu Eha pun memiliki kanal YouTube sendiri, yaitu “Sunda Musik” yang di dalamnya terdapat dokumentasi Ceu Eha ketika ia sedang manggung. Berkat media sosial itulah popularitas Ceu Eha pun semakin naik dan semakin banyak orang yang mengenal Ceu Eha. Banyak orang yang penasaran dengan sosok Ceu Eha sebagai sinden laki-laki tetapi memiliki suara yang unik seperti perempuan.

2. Pengaruh Media “Youtube” terhadap popularitas Ceu Eha

Berdasarkan laporan *We Are Social*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia

mencapai 191, 4 Juta orang atau sekitar 68,9 % pada Januari 2022 dari total populasi Indonesia sebanyak 277,7 juta orang. Jumlah tersebut telah meningkat sebanyak 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya, sebanyak 170 juta orang. Melihat jumlah saat ini pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat setiap tahun.¹ Media digital atau yang lebih sering disebut dengan media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Cahyono, 2016:142).

Seperti yang kita ketahui, YouTube merupakan salah satu platform favorit masyarakat pada saat ini. Banyak orang yang mulai menggunakan Youtube untuk mencari berbagai informasi dan berbagai pengetahuan sosial media secara keseluruhan. Saat ini, YouTube telah berkembang pesat mulai dari hal kecil hingga hal besar, sebagai salah satu situs *web* yang paling banyak dilihat setiap hari. Pertumbuhan yang sangat cepat ini, dimulai dari orang-orang yang memposting video, baik itu mengenai edukasi, informasi terkini, bahkan hingga vlog pribadi. Orang-orang tersebut sering disebut dengan istilah “YouTuber” atau “Content Creator”.² Sekitar 100.000 video ditonton setiap harinya di YouTube, setiap 24 jam ada 65.000 video baru diunggah ke youtube. Setiap bulannya youtube dikunjungi oleh 20 juta penonton dengan mayoritas kisaran usia antara 12 tahun sampai 17 tahun (Burke, dkk. 2009 dalam Tohari & Huda, 2019:3). Kemampuan membuat dan menjual konten yang kreatif menjadi strategi utama dalam membangun *brandinng* di media sosial. *Sharing* konten visual yang menarik terutama video, sangat efektif untuk meningkatkan jumlah *like*, *share* komentar, *views* dan *followers*. Sebuah penelitian ini membuktikan bahwa popularitas mereka di sosial media tidak hanya karena daya tarik produknya tetapi juga karena umumnya mereka berhasil menyajikan konten visual yang menarik sesuai target pasarnya (Hanifawati & Ritonga, 2019:19). Maka tak heran jika banyak orang, khususnya generasi muda yang ingin menjadi *content creator* karena mereka berpikir bahwa YouTube dapat menjadi ruang tempat mereka bisa bebas berekspresi dan berkarya tanpa tuntutan dari siapapun, dan tentu dapat menghasilkan uang.

¹ [Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022 \(dataindonesia.id\)](https://dataindonesia.id) diakses 19 September 2022

² [Sejarah dan Perkembangan Youtube Hingga Banyak Orang Ingin Menjadi Youtuber | kumparan.com](https://kumparan.com) diakses 19 September 2022

Media sosial saat ini memang menjadi target pasar yang sangat menjanjikan dalam suatu pemasaran. Salah satu jenis strategi digital marketing adalah dengan menggunakan media sosial. Melihat jumlah pengguna yang sangat luar biasa besar tersebut, bukanlah hal yang aneh jika banyak pelaku bisnis yang menawarkan produk maupun layanannya di media sosial. Termasuk dengan Ceu Eha yang ikut memanfaatkan media sosial untuk menyalurkan kreativitas dalam berkesenian khususnya dalam bidang tarik suara. Seperti yang sudah dijelaskan di atas, bahwa YouTube merupakan salah satu media yang digunakan Ceu Eha sebagai wadah untuk berekspresi dalam bidang vokal. Tak hanya Youtube, Ceu Eha juga menggunakan Instagram dan Facebook untuk lebih memperluas jaringan.

Selain itu, Ceu Eha juga mengikuti tren ketika banyak orang menggunakan YouTube sebagai wadah untuk berkreaitivitas, khususnya di masa pandemi. Hal ini juga tentunya berdampak terhadap dunia seni yang identik dengan aktivitas secara berkerumun yang melibatkan banyak penonton membuat para seniman tidak dapat melakukan kegiatan *manggung*.³ Ketika aktivitas *manggung* diberhentikan, maka sumber pencaharian para seniman pun ikut terhenti. Bahkan, ada yang sampai beralih profesi dengan berjualan demi memenuhi kebutuhan sehari-hari. Meskipun demikian, hal tersebut tidak memadamkan semangat Ceu Eha untuk tetap berkarya. Walaupun tidak bisa tampil secara langsung di depan umum, tetapi Ceu Eha masih bisa membuat karya dengan mengunggah video-videonya ke kanal YouTube. Hal itulah yang mendorong popularitas Ceu Eha sebagai sinden laki-laki.

Untuk melihat bagaimana respon masyarakat terhadap karya Ceu Eha sebagai sinden laki-laki, maka penulis mencoba membuat tabel untuk mempermudah dalam menganalisis. Berikut ini merupakan tabel yang menggambarkan respon penonton terhadap konten Ceu Eha yang terdapat pada kanal YouTube “Sunda Musik”.

Data per tanggal 23 September 2022, pukul 19.00 WIB

Produksi: Jajang Kamsur

No	Judul	Tahun tayang	Jumlah Penonton	Jumlah like	Link YouTube
1.	Nada Dan Dakwah Bodoran Sunda	3 tahun yang lalu (27 Juli 2019)	448 rb	2,4 rb	https://www.youtube.com/watch?v=rZAD1Gu5nbY

³ *Manggung* merupakan suatu kegiatan berkesenian yang biasanya dilakukan di acara-acara seperti acara pernikahan, khitanan, hajat desa, dan lain-lain. Kegiatan ini juga seringkali menghasilkan uang dan dijadikan suatu profesi oleh para seniman.

	Ceu Eha				
2.	Kacapi Biola Ceu Eha Tonggeret	2 tahun yang lalu (3 Juli 2020)	596 rb	3,7 rb	https://www.youtube.com/watch?v=r_I2GyRyIOsA
3.	The Legend Ceu Eha Feat Biola maut Nimat Duriat	2 tahun yang lalu (9 Juli 2020)	552 rb	4,5 rb	https://www.youtube.com/watch?v=2SLjqD8kc4A
4.	Best duet Ceu Eha – Babeh Berlin – ayah Widi alok	1 tahun yang lalu (21 April 2021)	301 rb	1,3 rb	https://www.youtube.com/watch?v=2cb3nES64og
5.	Awet Rajet Medley Riweuh Ceu Eha feat The Kokom Komalasari	1 tahun yang lalu (16 Juni 2021)	385 rb	1,9 rb	https://www.youtube.com/watch?v=0jGUDRbGM9M
6.	Ataraksi biola bah Aef feat Ceu Eha (one bazidor)	10 Bulan yang lalu (7 November 2021)	285 rb	1,1 rb	https://www.youtube.com/watch?v=oUWSzoRjV5I

Tabel tersebut menunjukkan bagaimana setiap video yang diunggahnya selalu mendapat respon yang sangat antusias dari penonton dengan ditonton oleh ratusan ribu orang dan ribuan jumlah *like*, dengan jumlah penonton dan *like* tertinggi terdapat pada video yang berjudul “The Legend Ceu Eha Feat Biola maut Nimat Duriat” Dalam dunia media online, jumlah penonton, pengikut, hingga *like* menjadi indikator tingginya popularitas seseorang. Dalam platform YouTube, Ceu Eha memiliki jumlah pengikut sebanyak 35 ribu *subscriber* dengan jumlah video yang diunggah sebanyak 265 video. Video yang ditampilkan pun cukup bervariasi, dari yang informal maupun nonformal, yaitu dari yang terkonsep maupun yang tidak terkonsep seperti halnya video dokumentasi Ceu Eha ketika sedang manggung secara langsung saat berada di panggung hajatan. Tak hanya video pribadi saja, Ceu Eha juga kerap kali berkolaborasi dengan

beberapa seniman yang lain seperti dengan Kacapi Iblis, Berlin Grup, dll.

Lalu, apa yang menjadi daya tarik Ceu Eha di mata publik di dunia maya, sehingga menjadi viral? Ceu Eha dianggap unik karena berbeda dari kebiasaan pada umumnya. Seperti yang sudah dijelaskan di bagian awal, bahwa fenomena sinden laki-laki menjadi hal di luar dari kecenderungan umum yang mana sinden itu merupakan seorang perempuan. Namun di sisi lain terdapat fenomena sinden laki-laki. Ceu Eha merupakan salah satu dari beberapa sinden laki-laki yang ada di Jawa Barat. Hal ini cukup menyita perhatian masyarakat karena dianggap unik. Di samping keunikannya, Ceu Eha juga memiliki kemahiran di bidang karawitan Sunda terutama pada alat musik *kacapi* dan vokal dengan kualitas suara yang baik.

Kemudian bagaimana pengaruh media online terhadap popuaritas Ceu Eha? Seperti yang sudah dibahas di atas, media online, khususnya YouTube, memiliki pengaruh besar popularitas Ceu Eha. Menurut Cahyono, pengaruh adalah suatu keadaan hubungan timbal balik, atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dengan apa yang di pengaruhi. Dua hal ini adalah yang akan dihubungkan dan dicari apa ada hal yang menghubungkannya. Di sisi lain, pengaruh berupa daya yang bisa memicu sesuatu yang menjadikan sesuatu berubah. Maka, jika salah satu yang disebut pengaruh tersebut berubah, maka akan ada akibat yang ditimbulkannya. Seperti yang dijelaskan oleh Cahyono, pengaruh media digital memberikan dampak yang begitu besar kepada Ceu Eha, terutama bagi keberlangsungan karir Ceu Eha. Eksistensi Ceu Eha sebagai sinden laki-laki pun ikut terangkat kembali. Setelah viral di berbagai media online banyak orang yang penasaran dan ingin menyaksikan penampilan Ceu Eha bernyanyi secara langsung. Dalam setiap pertunjukan nya Ceu Eha lebih sering tampil di acara hajatan pernikahan, sunatan, acara desa, dan lain-lain. Wilayah penyebaran pertunjukan Ceu Eha lebih sering *manggung* di daerah Kabupaten Bandung. Tak hanya di daerah Bandung saja, Ceu Eha juga beberapa kali *manggung* di luar kota seperti daerah Pangandaran, Ciamis, Bogor, dan daerah lainnya. Jangkauan Ceu Eha ketika *manggung* untuk saat ini masih di seputar wilayah Jawa Barat.

D. KESIMPULAN

Peran media sosial, khususnya YouTube, telah menjadi ruang alternatif utama bagi popularitas seorang seniman. Hal ini pula yang dirasakan oleh Ceu Eha yang turut memanfaatkan pengaruh YouTube terhadap popularitas nya sebagai salah satu sinden laki-laki di Jawa Barat. Adanya berbagai media seperti YouTube memberikan berbagai kemudahan

dalam berbagi informasi kepada publik yang pada masa pandemi penggunaannya meningkat tajam. Pada situasi Covid-19 tersebut para seniman telah kehilangan panggung, yang membuat mereka tidak dapat melakukan kegiatan *manggung* secara langsung. Hal serupa juga dialami oleh Ceu Eha untuk tetap berkarya. Walaupun tidak bisa tampil secara langsung di atas panggung, tetapi Ceu Eha masih bisa berkarya dengan memanfaatkan YouTube sebagai wadah untuk tetap menyalurkan karya-karyanya. Di sini, YouTube dapat dilihat sebagai ruang alternatif bagi para seniman untuk tetap terus berkarya. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Appradurai dalam Lahpan (2021) yang menyebut bahwa konsep media *scape* dan *tehno-space* sebagai elemen penting yang mempercepat tersebarnya budaya ke seluruh dunia. Di dunia global, peran media dalam menciptakan ruang-ruang yang berbeda menjadi penting, sehingga dapat menjadi ruang alternatif bagi pelestarian tradisi, atau yang disebut sebagai lokalitas baru. Dengan begitu, eksistensi Ceu Eha sebagai sinden laki-laki bisa tetap bertahan dan terangkat kembali, bahkan berkat kekuatan media sosial tersebut Ceu Eha lebih populer di kalangan masyarakat, khususnya masyarakat Jawa Barat.

DAFTAR PUSTAKA

Cahyono, Anang Sugeng. (2016). "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia". Universitas Tulungagung.

Dewi, Retasari., & Janitra, P. A. (2018). "Pemanfaatan Internet Sebagai Sumber Informasi Kesehatan Bagi Masyarakat". Media karya kesehatan. Volume 1 No 2.

Fakih, Mansour. (2013). "Analisis Gender dan Transformasi Sosial". Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Iffah, R. N., & Huda, T. F. (2019). "Peranan Sinden Dalam Grup Kesenian Janger Bongkoran Di Desa Bongkoran Kecamatan Srono". <https://doi.org/10.31227/osf.io/t2a6z>

Lahpan, Neneng YK. 2020. "Ekspresi Seniman di masa Pandemi, Ruang Virtual Sebagai Ruang Negosiasi dalam Dimensi Virtual Seni Pertunjukan". Bandung: Sunan Ambu Press.

Lahpan, Neneng YK. 2021. "Festival Seni Berbasis Virtual Sebagai Media Baru Pengembangan Seni Tradisi di Masa Pandemi". Bandung: Sunan Ambu Press.

Moriyama, Mikihiro. (2005). "Semangat Baru: Kolonialisme, Budaya Cetak, dan Kesastraan Sunda Abad ke-19". Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.

Sasaki, Mariko. 2007. "Laras Pada Karawitan Sunda". Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia

Tohari, H., & Bachri, B. S. (2019). "Pengaruh Penggunaan Youtube Terhadap Motivasi Belajar Dan Hasil Belajar Mahasiswa". Kwangsan Jurnal Teknologi Pendidikan, Volume 7 Nomor 1, 13.

Utami, T. F., & Zanah, M. (2021). "Youtube sebagai Sumber Informasi Bagi Peserta Didik di Masa Pandemi Covid-19." Jurnal Sinestesia, Volume 11 No.1.