

## Pembentukan kelompok secara daring di Indonesia: Fenomena sobat ambyar

Angga Yuni Mantara

Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Malang

Indah Yasminum Suhanti

Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Malang

Furqon Fikrul Auliya

Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Malang

E-mail: anggamanta.fppsi@um.ac.id

### Abstract

*Sobat Ambyar is a very interesting phenomenon considering that fan groups are usually formed from the start when an artist is famous. Unlike other fan groups, Sobat Ambyar appear when there is a special moment when one of the concert becomes viral on social media. In addition, Sobat Ambyar is an identity that is attached to a person, whether he is a member of the community or not. So, to see the differences and how individuals identify themselves as Sobat Ambyar and attach that identity to themselves, this research was carried out, especially the term Sobat Ambyar is an identity that emerges from social media and become social identity that emerged from online forum. The study used a phenomenological qualitative approach by conducting interviews with the initiator of Sobat Ambyar, the chairman of Sobat Ambyar Jakarta (SAJ), and the Commander of Sobat Ambyar. The results of the study indicate that the group initiation, values, member recognition, and structure are different, as well as several other things that are slightly different where SAJ has a more structured and well administered than the Sobat Ambyar group in Solo as the center. This is because the background and dynamics of the organization are also more complex.*

**Keywords:** Identity; Online Identity Formation; Sobat Ambyar; Fan Group

### Abstrak

*Sobat Ambyar merupakan salah satu fenomena yang sangat menarik mengingat kelompok fans biasanya terbentuk sejak awal seorang artis tersebut tenar. Berbeda dengan kelompok fans lain, Sobat Ambyar muncul ketika ada momen khusus yang meledak dengan salah satu konser dan menjadi viral di media sosial. Selain itu, Sobat Ambyar merupakan identitas yang melekat pada seseorang, terlepas dia bergabung dalam komunitas atau tidak. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk melihat perbedaan dan bagaimana individu-individu mengidentifikasikan diri dan*

Copyright © 2022. Angga Yuni Mantara, Indah Yasminum Suhanti, Furqon Fikrul Auliya. All Right Reserved

Submitted: 2021-11-11

Revised: 2022-01-05

Accepted: 2022-01-19

Published: 2022-01-31



melekatkan identitas Sobat Ambyar pada diri mereka. Selain itu, istilah Sobat Ambyar merupakan

identitas yang muncul dari media sosial dan dianggap sebagai bagian subculture budaya Jawa. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologis dengan melakukan wawancara terhadap inisiator Sobat Ambyar, ketua Sobat Ambyar Jakarta (SAJ), dan Komandan Sobat Ambyar. Hasil penelitian mengindikasikan inisiasi kelompok, tata nilai, pengakuan anggota, dan struktur yang berbeda, serta beberapa hal lain sedikit berbeda dimana SAJ memiliki tata kelola yang lebih terstruktur dan sedikit lebih kompleks dibandingkan kelompok Sobat Ambyar yang ada di Solo sebagai pusat. Hal ini dikarenakan latar belakang dan dinamika organisasi yang juga lebih kompleks.

**Kata kunci:** Identitas; Online Identity Formation; Sobat Ambyar; Kelompok Fans

## Pendahuluan

*Sobat Ambyar*, istilah ini sering didengar pada tahun 2019. Sebutan tersebut merupakan julukan yang diberikan kepada penggemar Didi Kempot. Didi Kempot yang bernama asli Didi Prasetyo merupakan salah satu penyanyi yang turut mempopulerkan campursari, salah satu *genre* musik tradisional Jawa. Beberapa tahun lalu, pamor Didi Kempot sempat meredup dan lebih sering tampil dari satu acara ke acara lainnya. Namun, pada pertengahan tahun ini pamornya kembali naik saat menjadi *trending topic* twitter Indonesia setelah menyanyikan lagu *Cidro* di Taman Balekambang dan ada yang mengunggah lagu tersebut ke Twitter pada 10 Juni 2019 (BunCan, 2019; Khaerunnisa, 2019). Sejak saat itu, kepopuleran Didi Kempot terus menguat.

Warganet bahkan sampai menetapkan Didi Kempot sebagai bapak *loro ati* nasional atau Bapak patah hati nasional akibat lagu-lagunya yang bernuansa sedih dan menyayat hati. Lagu-lagu Didi Kempot yang berbahasa Jawa diantaranya *Cidro*, Stasiun Balapan, Tanjung Mas, *Pamer Bojo*, dll. Pada mulanya merupakan *genre* campursari dan hanya terkenal dikalangan suku Jawa, bahkan lagu *Cidro* yang saat ini terkenal pada mulanya bukan sebuah lagu yang bisa mengantarkan Didi Kempot meraih kesuksesan pada saat lagu tersebut direkam tahun 1989, namun yang mempopulerkan Didi Kempot merupakan lagu Stasiun Balapan yang direkam tahun 1995 (Yuniati, 2020). Sebetulnya, yang menjadikan fenomena populernya kembali Didi Kempot dan *Sobat Ambyar* ialah kebanyakan saat ini yang menjadi penggemar merupakan anak-anak muda, membentuk kelompok *Sobat Ambyar* ataupun *Sad Boys Club* berangkat dari

*platform* sosial media, tidak terbentuk sejak awal karier sang artis, bahkan beberapa dari mereka bukan berasal dari suku Jawa dan mereka memiliki kemauan untuk belajar bahasa Jawa agar memiliki pemahaman menyeluruh terkait lagu yang dinyanyikan *Lord Didi*, sebutan lain untuk Didi Kempot.

Mengenai *Sobat Ambyar* secara harfiah berarti sahabat hancur. Secara kontekstual, disebut sebagai *Sobat Ambyar* karena mereka merupakan kumpulan orang-orang yang tersakiti perasaannya dan hancur hatinya. *Sobat Ambyar* sendiri muncul pertama kali dan populer melalui akun-akun di sosial media instagram. Ada pula yang menamakan dirinya *Sad Boys* untuk laki-laki dan *Sad Girls* untuk perempuan yang diinisiasi oleh Rumah Blogger Indonesia (RBI).

RBI melalui kegiatan Musyawarah Nasional *Solo Sad Boys Club* atau *Umat Lara Ati Lord Didi* menandai berdirinya kelompok ini secara lebih terstruktur dan diikuti di daerah lain (BunCan, 2019). Namun, yang terjadi dilapangan justru orang-orang yang mengidentifikasi diri dan berafiliasi dengan kelompok *Sobat Ambyar* lebih banyak daripada mereka yang terdaftar secara resmi dalam kelompok tersebut. Sebagai contoh, Lingga sebagai salah satu anggota *Sobat Ambyar* Malang menjelaskan, di Instagram akun @sobatambyar\_malang memiliki pengikut 4586 akun, tetapi anggota aktif hanya dua orang, dirinya dan Aldi. Dikesempatan lain waktu saya menanyakan jumlah anggota *Sobat Ambyar* Jakarta (SAJ) kepada Ketua SAJ, Deni mengatakan anggota aktif yang dimiliki sejumlah 70 orang dengan pengikut instagram @cidroom 12,4 ribu orang. Maka dari hal ini didapati fenomena bahwa banyak dari orang-orang yang mengafiliaskan diri dengan *Sobat Ambyar* diwilayah masing-masing namun tidak tergabung menjadi anggota secara resmi. Selain itu, hal ini juga menunjukkan afiliasi media sosial menjadi sumber informasi dari identitas sosial yang dimiliki. Selanjutnya perlu diperhatikan mengapa dari 2 orang di *Sobat Ambyar* Malang dan 70 di *Sobat Ambyar* Jakarta mereka ingin bergabung dalam sebuah kelompok.

Namun, sejatinya yang terjadi justru banyak orang yang mengidentifikasi dirinya sebagai *Sobat Ambyar* namun tidak tergabung dalam organisasi yang resmi, atau bahkan mengikuti fenomena ini melalui media sosial dan menjadikan informasi yang mereka dapat sebagai bagian dari identitas sosial mereka. Namun, perlu diperhatikan mengapa seseorang ingin bergabung dalam sebuah kelompok.

Alasan individu untuk bergabung dalam kelompok relatif berbeda. Perbedaan tersebut dilandasi oleh aspek personal, keinginan untuk berinteraksi, dan ketertarikan satu sama lain. Aspek personal melingkupi kepribadian, jenis kelamin, jenis kelompok,



motivasi sosial, kecemasan sosial, gaya kelekatan, pengalaman, dan preferensi. Aspek keinginan untuk berinteraksi didorong oleh dukungan sosial dan ingin menghindari perasaan sendiri. Sedangkan pada aspek terakhir, ketertarikan membahas bagaimana seseorang merasa tertarik dengan orang lain yang kemudian membentuk kelompok (Forsyth, 2010). Menurut penjelasan Roccas dkk. (2002) mengenai *big five theory*, kepribadian seseorang terutama ekstrasversi mendorong seseorang untuk berinteraksi dengan orang lain. Orang yang memiliki kecenderungan ekstrasversi cenderung lebih mudah menjalin relasi pertemanan dikarenakan keterbukaan mereka terhadap interaksi dengan orang baru. Orang-orang yang memiliki ekstrasversi tinggi juga cenderung melihat bahwa kelompok memberikan stimulasi untuk mereka. Selain untuk bergabung, kecenderungan seseorang untuk menjalin dan mempertahankan relasi dengan orang lain juga cukup penting, atau yang juga disebut sebagai *relationality*. Orang yang memiliki nilai relasional tinggi akan cenderung lebih berusaha keras untuk berkelompok dibanding orang yang memiliki nilai relasional rendah.

Jenis kelamin dan jenis kelompok ternyata juga turut memengaruhi bagaimana individu masuk kedalam sebuah kelompok. Perempuan dan laki-laki berbeda dalam tendensi untuk bergabung dalam kelompok, sekalipun perbedaannya belum terlalu jelas. Sekalipun seperti itu, perempuan lebih tertarik pada kegiatan yang berkaitan dengan orang lain, kolektifis, dan saling bergantung dengan yang lain dibanding laki-laki (Forsyth, 2010). Dalam ukuran kelompok, laki-laki dan perempuan juga berbeda. Perbedaan tersebut terletak pada laki-laki lebih cenderung untuk mencari kelompok yang besar, formal, dan kelompok yang berfokus pada tugas sehingga memungkinkan mereka bersaing untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan perempuan lebih berfokus pada kelompok yang lebih kecil, intim, dan informal namun yang mereka kejar ialah kelompok yang mampu memberikan dukungan bagi mereka. Secara sosial, laki-laki juga memiliki kesempatan lebih besar untuk bergabung dalam sebuah kelompok, hal ini karena perempuan diharapkan berfokus pada urusan domestik sehingga mereka memiliki hambatan untuk kegiatan kelompok yang dilakukan diluar lingkungan mereka.

Motivasi sosial dalam menentukan alasan mengapa seseorang bergabung dalam sebuah kelompok juga patut dilihat. Ada beberapa orang yang bergabung dalam kelompok karena termotivasi oleh kebutuhan untuk berafiliasi, kebutuhan untuk intimasi, kebutuhan untuk kekuasaan, dan FIRO (*fundamental interpersonal relation*

*orientation*) (Forsyth, 2010). Pertama, orang yang memiliki kebutuhan untuk berafiliasi yang tinggi banyak bergabung dengan banyak kelompok, menghabiskan waktu, dan berkomunikasi lebih tinggi dibandingkan mereka yang tidak memiliki kebutuhan tersebut. Namun sisi negatif kebutuhan afiliasi yang tinggi ialah mereka lebih takut atas penolakan dan menghindari orang lain apabila menghadapi permasalahan dalam kelompok. Kedua, orang-orang yang memiliki kebutuhan akan intimasi lebih mengutamakan pertemanan, hubungan timbal balik, dan tidak memiliki ketakutan akan penolakan dan permasalahan. Ketiga, kebutuhan akan kekuasaan menjadi alasan seseorang apabila ia ingin memengaruhi orang dalam jumlah banyak, maka peran kelompok akan sangat penting. Sedangkan FIRO sebagai motivasi keempat merupakan gabungan dari 3 kebutuhan dasar yang dapat dipenuhi oleh kelompok yaitu inklusi (keinginan untuk menjadi bagian dan diterima kelompok), kontrol (kebutuhan untuk memengaruhi orang lain), dan afeksi (keinginan untuk merasakan kenyamanan, kehangatan, dan hubungan positif dengan orang lain).

Selain terkait 4 motif tersebut, individu menggolongkan dirinya sebagai bagian dari kelompok dan menggunakan identitas sosial dibanding identitas pribadi ditentukan oleh seberapa kesamaan yang ada pada individu tersebut dibandingkan dengan beberapa orang dalam kelompok yang sama (*salience*). Tentunya tiap orang tidak memiliki salien yang sama. Terdapat beberapa aspek yang turut menentukan hal tersebut. Pertama ialah terkait dengan konteks yang relevan, seberapa tinggi tingkat perbedaan antara satu individu dengan individu lainnya dalam kelompok tersebut, ada beberapa orang yang siap mengategorisasikan diri mereka dalam *personal trait* tertentu, dan terakhir penggunaan bahasa dalam penyampaian informasi terkait lingkungan mereka.

Kami meyakini pembentukan identitas sosial pada kelompok *Sobat Ambyar* ini dikarenakan internalisasi nilai-nilai yang ada dalam kelompok melalui pendekatan pembentukan identitas sosial interaktif (*interactive model of social identity formation*). Proses ini meyakini internalisasi nilai dan identitas individu terkait kelompok muncul dalam dua cara, yaitu secara deduktif dan induktif. Cara deduktif (*top-down process*) menjadi penjelas bagaimana anggota kelompok memahami dan menginternalisasi nilai-nilai yang ada dalam kelompok. Proses internalisasi nilai-nilai dan identitas yang dimiliki oleh individu untuk memahami eksistensi diri dan kelompoknya telah ada dalam kelompok (Postmes et al., 2005, 2006). Terbentuknya komunitas *Sobat Ambyar* yang merumuskan berdirinya kelompok tersebut memberikan landasan yuridis



berdirinya sebuah kelompok dan diharapkan diikuti oleh anggota-anggota dalam kelompok tersebut. Namun, banyak dari *sad boy* dan *Sad Girl* menggunakan terminologi *Sobat Ambyar* sebagai upaya untuk menggambarkan kesamaan diantara mereka dan menjadi bagian dari kelompok. Hal ini merupakan penjelasan munculnya identitas sosial dengan cara induktif (*bottom-up process*). Proses ini menggambarkan bagaimana individu dalam kelompok mengamati anggota kelompok lainnya untuk menyimpulkan ciri-ciri atau karakteristik umum yang ada dalam kelompok. Hal ini terlihat ketika ada konser Didi Kempot, mereka seakan-akan terlihat sedih dan meratapi kisah cintanya, dan hal ini seakan-akan menjadi pemandangan umum dan masing-masing anggota kelompok tersebut berusaha menampilkannya dalam sosial media, terutama *facebook* dan ingin diakui eksistensinya dalam kelompok. Semakin lama, model tersebut selalu diikuti oleh orang-orang yang mengidentifikasikan dirinya sebagai *Sobat Ambyar*. Kesertaan dalam sebuah kelompok jika hanya sebatas mengikuti fenomena sosial media dapat menandakan identitas kelompok yang ada perlu diuji seberapa mengikuti fenomena sosial mampu untuk memengaruhi identitas sosial individu.

Selain terkait bagaimana individu mengelompokkan diri mereka dalam sebuah kelompok dan seberapa dalam pembentukan kelompok tersebut berpengaruh pada individu, pembentukan kelompok secara daring juga memberikan tantangan pengetahuan tersendiri. Selama ini, pembahasan mengenai pembentukan kelompok yang ada hanya secara luring (Kampmeier & Simon, 2001; Postmes et al., 2005). Sedangkan tren saat ini, perkembangan internet memberikan peluang untuk munculnya kelompok-kelompok secara daring (Bargh & McKenna, 2004), baik itu yang memiliki orientasi pekerjaan (Johnson et al., 2009; Joy-Matthews & Gladstone, 2000; Thye et al., 2011), orientasi gender (Fox & Ralston, 2016), ataupun kesamaan minat dan pembahasan (Panek et al., 2018).

Pembahasan mengenai pembentukan kelompok pertama kali dikemukakan oleh Tuckman (1965). Menurutnyanya, ada empat tahapan dalam pembentukan kelompok. Pertama ialah *Forming*, yakni kelompok lebih berfokus pada susunan kelompok, peran, tanggung jawab, dan kerja sama. Peran tahapan ini sangat penting bagi perkembangan rasa percaya dan membutuhkan adanya tatap muka. Kedua yakni *Storming*, ketika kelompok sudah terbentuk, fokus mereka pada penyelesaian tantangan dan cara mereka menyampaikan rasa tidak setuju dengan tim atau cara kerja yang ada. Dalam fase ini, konflik dan kekerasan sangat mungkin untuk muncul saat berinteraksi dengan

sesama anggota kelompok. Ketiga *Norming*, yakni individu mulai memahami arti kebersamaan dan mampu untuk menyetujui norma-norma dan perilaku-perilaku yang dapat diterima oleh kelompok. Norma yang muncul dapat memicu kinerja atau kegiatan kelompok yang lebih efektif maupun menghambatnya dan sangat tergantung pada minat kelompok. Terakhir, *Performing* ketika kelompok sudah masuk kedalam tahapan kohesif, memiliki tujuan bersama, dan memiliki upaya atau performa untuk mencapai tujuan kelompok tersebut.

Dari semua penelitian yang telah disebutkan, sangat minim penelitian pada kelompok yang terbentuk secara daring. Mayoritas pembentukan kelompok didasari pada orientasi tugas dan memerlukan adanya pertemuan antara anggotanya untuk melandasi terbentuknya kelompok. Salah satu penelitian yang menjelaskan pembentukan kelompok secara online yang dilakukan oleh Goggins et al. (2011) menjelaskan bahwa teori belajar sosial, praktik komunitas, dan perkembangan kelompok tidak mampu menjelaskan fenomena kelompok dalam konteks daring.

Selain itu, teori kelompok kecil yang lebih berorientasi pada tugas nyatanya juga kurang mampu menjelaskan peran teknologi pada perkembangan kelompok secara daring, terlebih lagi kelompok ini lebih sering bergerak secara tidak terstruktur dan bukan berbentuk kelompok berorientasi pada tugas, melainkan kelompok penggemar. Sehingga, peneliti melihat fenomena munculnya kelompok *Sobat Ambyar* yang berangkat dari dunia maya layak untuk diteliti mengenai peran dan makna kelompok *Sobat Ambyar* pada anggota-anggota kelompoknya. Maka, hal tersebut menjadikan penelitian ini menjadi menarik untuk diteliti lebih lanjut.

## Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif fenomenologi dimana peneliti ingin melihat bagaimana *Sobat Ambyar* memaknai kelompoknya dan bagaimana mereka terikat dengan kelompoknya melalui *Sobat Ambyar*, sekalipun mereka tidak pernah secara langsung direkrut, melainkan mengidentifikasikan diri mereka dengan *Sobat Ambyar* melalui media-media sosial. Narasumber dalam penelitian ini merupakan pendiri dari Rumah Blogger Indonesia (RBI) dimana *Sobat Ambyar* pertama kali diinisiasi yaitu Purwaka dan Koordinator *Sobat Ambyar* Jakarta (SAJ) Deni, dan komandan *Sobat Ambyar* Jarkiyu. Proses pengambilan data dilaksanakan secara daring dan luring. Proses pengambilan data dilaksanakan di RBI Jalan Apel III, Laweyan, Solo 4 Juli 2020 yang bertepatan dengan peluncuran lagu terakhir dari Lord Didi Kempot, yaitu Konco Kenthel.



---

## Hasil dan Pembahasan

Dari hasil wawancara secara luring, kami menemukan bahwa terdapat beberapa hal yang bisa dibahas terkait perbedaan antara *Sobat Ambyar* yang terpusat di solo dengan regional lain, untuk saat ini peneliti menemukan nara sumber yang berasal dari *Sobat Ambyar* Jakarta. Tema yang muncul dari proses wawancara antara lain terkait pertama kali munculnya *Sobat Ambyar*, nilai-nilai yang diangkat, pembagian kelompok, dan struktur kelompok.

### Proses pembentukan kelompok

Dari proses pembentukan kelompok *Sobat Ambyar* Solo dan Jakarta saat pertama kali memiliki perbedaan. *Sobat Ambyar* Solo berasal dari “keisengan” Purwaka dalam melihat potensi berkembangnya kelompok penggemar Didi Kempot saat melihat dari animo dari twitter Jarkiyoo, sekaligus komandan dari *Sobat Ambyar* solo. Ketenaran Didi Kempot semakin meningkat setelah penyiar sekaligus youtuber Gofar Hilman membuat acara NGOBAM atau ngobrol Bareng Musisi. Kepopuleran Didi Kempot semakin menanjak dan mulai dikenal oleh banyak orang, bukan hanya dari masyarakat Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Yogyakarta, namun sudah seantero negeri. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengunjung saat acara peringatan hari lahir Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) yang dimeriahkan Didi Kempot yang membludak dan dipenuhi oleh penonton non-anggota partai (“Dimeriahkan Didi Kempot, Harlah Ke-21 PKB Berubah bak Konser,” 2019). Sejak saat itulah Purwaka merasa bahwa harus dibentuk sebuah kelompok tersendiri. Terkait logo yang digunakan *Sobat Ambyar* saat ini merupakan hasil dari salah satu regional *Sobat Ambyar* yang turut hadir diacara hari lahir PKB tersebut. Logo dari *Sobat Ambyar* sendiri merupakan gambar hati retak dan direkatkan dengan plester pembalut luka. Cara orang untuk masuk dalam kegiatan *Sobat Ambyar* solo relatif lebih mudah, mereka bisa bergabung secara langsung dalam acara-acara yang ada ataupun melalui *Sobat Ambyar* di masing-masing daerah kemudian ketika ada acara khusus mereka bisa langsung bergabung. Rasa kekeluargaan begitu kental terasa saat masuk kedalam *Sobat Ambyar* Solo.

Bahkan *basecamp* Rumah Blogger Indonesia (RBI) sering kali dijadikan tempat berkumpul antara anggota-anggota *Sobat Ambyar* dari berbagai daerah dan mengadakan kegiatan tertentu. Hal ini menunjukkan peran *Sobat Ambyar* Solo dan RBI sebagai rumah utama dari segala komunitas *Sobat Ambyar* yang tersebar di beberapa kota. Hal ini terlihat dari sebelum peluncuran lagu *Konco Kentel* sebagai lagu terakhir

Didi Kempot, *Sobat Ambyar* dari Tulungagung, Malang, Purbalingga, Depok, Jakarta, Cikarang, Temanggung, Tegal, Jogjakarta, Madiun, dan beberapa regional lain sempat menggantungkan bendera masing-masing di RBI sebelum berpindah ke Lokananta, tempat peluncuran lagu terakhir tersebut (Cahyono, 2020).

Sedangkan *Sobat Ambyar* Jakarta dalam proses pembentukan kelompoknya lebih terstruktur dan diawali dengan kegiatan koordinasi menonton Didi Kempot secara bersama-sama. Dari kegiatan tersebut tercetus untuk membuat *Sobat Ambyar* regional Jakarta dengan metode seleksi yang ketat dan menerapkan iuran bagi anggota-anggotanya. Proses seleksi ketat ini dikarenakan dalam fase-fase awal pembentukan kelompok, beberapa anggota ada yang bergabung dalam sebuah kelompok untuk mencari pasangan, berhutang, atau bahkan mengatasnamakan lembaga pemerintahan tertentu dan menawarkan *Sobat Ambyar* Jakarta untuk mendapat fasilitas ruangan di kementerian pemuda dan olahraga (kemenpora). Untuk menghindari orang-orang yang ingin memanfaatkan *Sobat Ambyar* untuk kepentingan lain, maka proses seleksi anggota lebih rumit dan panjang daripada sebelumnya. Anggota yang telah masuk nanti akan diberikan akses ke sosial media telegram untuk berkomunikasi satu sama lain. Maka, dari penjelasan tersebut jelas sekali bahwa proses masuknya seseorang kedalam SAJ lebih ketat dan ingin mencari orang-orang yang ingin masuk kedalam kelompok tersebut semata untuk mengagumi karya-karya *Lord Didi*.

Selain itu, dalam prosesnya, mereka memiliki beberapa bagian yang bertanggungjawab mengenai beberapa hal dalam organisasi, diantaranya souvenir, keanggotaan, keuangan, dan administrasi. Terkait logo, dari pengamatan peneliti terdapat dua bendera yang menunjukkan identitas *Sobat Ambyar* Jakarta saat peluncuran lagu Konco Kenthel terdapat dua bendera. Bendera pertama tulisan *Sobat Ambyar* dan Jakarta mengapit tulisan *Godfather of Broken Heart* diikuti gambar Didi Kempot disebelah kanan. Sedangkan bendera kedua bertuliskan *Sobat Ambyar* Jakarta dengan gambar Didi Kempot dengan latar belakang gambar monumen nasional (Monas) dan gambar yang ditampilkan berwarna.

Dari sini dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan alasan dan tata cara penerimaan seseorang dalam kelompok *Sobat Ambyar*. *Sobat Ambyar* Jakarta lebih berusaha menyesuaikan bentuk organisasi yang lebih terstruktur dan melakukan penyaringan terhadap anggota-anggotanya, hal ini menunjukkan sifat permeabilitas kelompok yang rendah. Berbeda dibandingkan *Sobat Ambyar* Solo yang anggota dapat



keluar masuk dengan mudah, kekeluargaan yang lebih tinggi, dan hal ini menunjukkan sifat permeabilitas yang tinggi dalam keanggotaan kelompok.

Sehingga melihat dari temuan diatas, pembentukan kelompok *Sobat Ambyar* hanya di Solo dan beberapa daerah saja yang kelompoknya dapat dikatakan berdiri dengan kuat dalam melewati fase *forming*. Adanya pertemuan antar *Sobat Ambyar* dari berbagai daerah, RBI sebagai titik kumpul menjadi tempat yang sering adanya tatap muka antar anggota dan antar wilayah, maka terbentuknya kelompok secara normatif terkait susunan, pembagian peran, dan kerja sama mulai ada. Menempatkan Jarkiyono sebagai komandan dan Pakdhe Pur sebagai orang yang dituakan dalam kelompok, peranan Jarkiyono sebagai representasi *Sobat Ambyar* di media massa (Azanella, 2020; Sabrina, 2020), dan kerja sama antara *Sobat Ambyar* Solo dengan *Sobat Ambyar* dari berbagai wilayah sudah ada. Hal ini terlihat ketika Didi Kempot mampu menggalang dana sebesar 7,6 Milyar Rupiah, *Sobat Ambyar* turut terlibat dalam pembagian ke masyarakat langsung (*Donasi Rp 7.6 Miliar Konser Amal Dari Rumah Didi Kempot Sudah Disalurkan*, 2020; Yusuf, 2020).

Fase selanjutnya, yaitu fase *storming* secara umum dalam kelompok *Sobat Ambyar*, peran Pakdhe Pur sebagai penengah atas permasalahan-permasalahan yang muncul dalam kelompok *Sobat Ambyar* relatif bisa diterima oleh semua pihak yang ada. Hal ini mengakibatkan kecenderungan konflik dan kekerasan tidak muncul. Hal ini berbeda dengan *Sobat Ambyar* Jakarta yang menemui beberapa permasalahan terkait proses awal terbentuknya kelompok tersebut. Ada beberapa anggota yang merasa tidak nyaman dengan anggota lain karena anggota lain tersebut hanya masuk kelompok untuk mencari pasangan, berhutang, atau ada kecenderungan untuk melakukan penipuan. Fase ini dilewati oleh SAJ dengan menerapkan metode yang lebih kompleks hingga seseorang benar-benar dinyatakan diterima dalam kelompok mereka.

Tahapan pembentukan norma dalam kelompok pada tingkat pusat *Sobat Ambyar* di Solo relatif lebih sederhana, mereka hanya dilarang untuk membicarakan uang, politik, dan sepak bola. Namun, pembentukan norma SAJ cukup kompleks karena beberapa hal yang mereka alami pada fase-fase sebelumnya, terutama pada fase *forming* dan *storming*. Selain 3 aturan utama yang mereka adaptasi dari *Sobat Ambyar* Solo, terkait uang, politik, dan sepak bola.

Sedangkan pada tahapan *performing*, kelompok sering melakukan kegiatan bersama dan menghasilkan sesuatu. Untuk SAJ, bentuk performa mereka ialah

beberapa dari anggota mengikuti perlombaan *cover* lagu sering kali membawakan lagu Didi Kempot sebagai manifestasi keanggotaan mereka dalam *Sobat Ambyar*. Sedangkan di wilayah lain, salah satu performa mereka dimasyarakat langsung ialah pembagian bantuan kepada masyarakat pada masa awal pandemi Covid-19 yang dihimpun oleh Didi Kempot pada kegiatan konser dari rumah yang bekerja sama dengan salah satu TV swasta di Indonesia. Pakdhe Pur menjelaskan alasan pelibatan *Sobat Ambyar* dalam proses pembagian bantuan langsung kepada masyarakat tersebut memang disengaja, karena untuk memberdayakan anggota kelompok dan juga memberikan perasaan bermanfaat bagi lingkungan di awal masa pandemi Covid-19. Namun, pembagian per wilayah memang dibedakan, karena perlu melihat sumber daya manusia yang dimiliki di masing-masing daerah. Untuk kasus *Sobat Ambyar* Malang sekalipun anggota aktif hanya terdiri dari dua orang saja, ketika pembagian bantuan tersebut, mereka mampu mendapat bantuan tenaga dari beberapa orang yang bersedia ikut.

### **Nilai yang diangkat oleh kelompok**

Nilai yang ada dalam kelompok merupakan inti alasan mengapa individu bergabung dalam sebuah kelompok. Ketika kepopuleran Didi Kempot menanjak lagi setelah unggahan video konser mini Didi Kempot, banyak orang yang ingin menonton langsung penampilan Didi Kempot. Setelah menonton acara Didi Kempot, biasanya mereka berkumpul di RBI. Beberapa diantara mereka menyampaikan bahwa apa yang disampaikan oleh Didi Kempot berkaitan dengan apa yang mereka alami selama ini, terutama mengenai kesedihan. Bahkan wawancara Didi Kempot dengan kumparan, muncul ungkapan “Patah hati enaknya dijogeti, jangan sedih berlarut-larut”. Hal tersebut didukung pula oleh kenyataan bahwa 90% dari lagu Didi Kempot merupakan lagu-lagu bernuansa sendu dan sedih (*Didi Kempot*, 2019). Sehingga kesamaan terhadap rasa sedih, patah hati, hendaknya dapat dilihat sebagai nilai positif dan tidak serta merta membuat kita jatuh terpuruk

Selain itu, selama ini ada nilai yang ditanamkan bahwa laki-laki harus kuat, tegar, dan tidak cengeng, namun keberadaan Didi Kempot dan *Sobat Ambyar* berusaha menyingkirkan hegemoni tersebut (Purnomo, 2012). Hal ini bisa dilihat dari tiap konser Didi Kempot selalu ada orang yang menampilkan kesedihannya, terutama laki-laki. Hal ini ternyata didukung dari pernyataan Purwaka yang sering kali menemani kegiatan manggung Didi Kempot.

Selain terkait kesedihan dan upaya melawan nilai bahwa laki-laki harus kuat, dalam *Sobat Ambyar* terdapat beberapa hal yang tidak boleh dibahas dalam kelompok.



Hasil wawancara dengan Purwaka, menyebutkan ada 3 urusan yang tidak boleh dibahas yaitu uang, politik, dan sepak bola. Ketiga hal tersebut dinilai dapat memicu terjadinya konflik dalam sebuah kelompok. Selain itu, ia ingin bahwa *Sobat Ambyar* menjadi kelompok fans yang cinta damai, hal ini ditunjukkan dengan belum pernah adanya kegiatan konser Didi Kempot selama ini berakhir dengan keributan dan tawuran, sekalipun banyak diantara penontonnya dalam konser Didi Kempot tersebut dalam kondisi mabuk mengonsumsi minuman keras.

### **Keikutsertaan**

Anggota-anggota yang terdaftar pada masing-masing regional cenderung memiliki ikatan yang longgar. Hal ini dilandasi pernyataan dari anggota *Sobat Ambyar* Malang dan Cikarang yang mengatakan bahwa mereka terbentuk dengan sendirinya, tidak ada paksaan untuk ikut, dan tidak ada upaya untuk mencari anggota. Interaksi yang dilakukan kebanyakan melalui sosial media, terutama instagram. Hal yang berbeda terjadi didalam organisasi SAJ yang memiliki peraturan yang ketat untuk seseorang yang ingin masuk menjadi anggota SAJ. Beberapa persyaratan yang ada ialah tergabung dalam grup *whatsapp*, kemudian anggota-anggota yang sudah ada memutuskan untuk melakukan evaluasi terhadap individu tersebut dan interaksinya dengan anggota lain. Apabila sudah dianggap layak, anggota baru tersebut akan diminta untuk menyerahkan foto KTP sebagai jaminan bahwa yang bersangkutan apabila memiliki permasalahan. Setelah menyerahkan KTP tersebut, anggota baru akan dimasukkan kedalam grup *telegram* yang merupakan sarana utama untuk interaksi anggota inti dan membedakan interaksi dengan anggota luar. Dari SAJ dapat diambil kesimpulan bahwa mekanisme keikutsertaan lebih rumit dibanding *Sobat Ambyar* lain.

### **Struktur kelompok**

Struktur kelompok *Sobat Ambyar* secara umum tidak memiliki bentuk yang jelas. Secara struktur kelompok, keikutsertaan masing-masing regional dan menyatu ke Solo pun tidak melalui mekanisme yang rumit. *Sobat Ambyar* dari beragam daerah menyatukan diri dengan *Sobat Ambyar* Solo berawal dari kunjungan yang kemudian aktif mengikuti kegiatan bersama dengan *Sobat Ambyar* regional lain, maka *Sobat Ambyar* tersebut dianggap sudah menjadi bagian dari *Sobat Ambyar*. Fungsi utama *Sobat Ambyar* secara umum ialah melakukan publikasi kegiatan mereka, regional lain, atau berkaitan dengan karya-karya Didi Kempot. Hal ini bisa didapat dari hasil wawancara dengan Purwaka, selain itu didukung oleh unggahan-unggahan dari akun instagram

@sobatambyar.cikarang, @sobatambyar\_kudus, dan @solosadboisclub. Jadi dapat disimpulkan untuk regional-regional tersebut secara struktur tidak jelas dan hanya memiliki fungsi publikasi kegiatan. Selain itu, apabila masing-masing regional memiliki kegiatan, mereka akan membentuk panitia temporer untuk melaksanakan kegiatan tersebut. Semisal saat pembagian sembako pada awal mula PSBB diterapkan di Malang, *Sobat Ambyar* Malang mengerahkan SDM dari orang-orang yang terdaftar dari Malang.

Namun, hal berbeda ditemukan pada *Sobat Ambyar* Jakarta yang memiliki bagian-bagian spesifik untuk menunjang jalannya organisasi. Mereka memiliki bagian suvenir, keanggotaan, keuangan, dan administrasi. Bagian suvenir berkewajiban menyediakan suvenir-suvenir yang berkaitan dengan Didi Kempot dan *Sobat Ambyar* Jakarta. Sedangkan keanggotaan harus melakukan koordinasi dan konsolidasi anggota yang terdaftar baik yang masuk grup *whatsapp* ataupun *telegram*. Bagian keuangan bertanggungjawab untuk melakukan pengelolaan uang hasil iuran, suvenir, maupun pengeluaran untuk membayar kontrakan *basecamp* yang mereka tempati. Sedangkan bagian administrasi lebih bertugas sebagai koordinator kegiatan bersama dan perizinan terhadap keberadaan kelompok mereka ke lingkungan sekitar.

### **Pembagian kelompok**

Dalam penamaan *Sobat Ambyar*, biasanya didasarkan pada regional tertentu. Dalam kegiatan launching lagu konco kenthel, peneliti mengamati bahwa pengelompokan yang ada didominasi oleh kelompok-kelompok kedaerahan berlandaskan batas kabupaten/kota, kecuali Jakarta yang merupakan satu provinsi. Dalam acara tersebut peneliti mengamati terdapat *Sobat Ambyar* Malang, *Sobat Ambyar* Jakarta, *Sad Boys* kota Madiun, *Sad Boys* Depok, *Sobat Ambyar* Cikarang, *Sobat Ambyar* Banyumas, *Sobat Ambyar* Tulungagung, *Sobat Ambyar* Kudus, Sukoharjo *Sad Squad*, dll. Kemunculan *Sobat Ambyar* diberbagai daerah muncul dengan sendirinya dan mereka sering berkumpul di RBI ketika ada kegiatan yang cukup besar. Saat wawancara dilakukan, *Sobat Ambyar* juga sedang menyiapkan kegiatan 100 hari kepergian Didi Kempot. Struktur seperti ini memang memungkinkan terjadi karena ikatan antar anggota kelompok yang longgar dan keanggotaan yang mudah untuk keluar masuk.

### **Arah kelompok pasca Didi Kempot meninggal**

Hasil dari diskusi dengan Purwaka dan beberapa perwakilan *Sobat Ambyar* dari beberapa regional mengatakan bahwa mereka akan tetap berupaya untuk tetap menghidupkan peninggalan Didi Kempot dengan melakukan kegiatan-kegiatan yang berkaitan Didi Kempot, entah ziarah kubur ke makam Didi Kempot, berkumpul



berdiskusi dengan *Sobat Ambyar* regional lain, dan kegiatan bersama lainnya. SAJ berusaha untuk tetap menghidupkan peninggalan Didi Kempot dengan melakukan sesi *jamming* dengan menyanyikan lagu-lagu Didi Kempot, mengikuti lomba-lomba karaoke dengan membawakan lagu Didi Kempot.

## Kesimpulan

Dari hasil yang ada, dapat dikatakan bahwa karakteristik kelompok *Sobat Ambyar* cenderung memiliki karakteristik kelompok yang longgar, tidak terstruktur, dan keanggotaan yang bersifat permeabel memungkinkan tiap orang dapat dengan mudah mengidentifikasikan dirinya sebagai *Sobat Ambyar*. Hal yang cukup berbeda terjadi di *Sobat Ambyar* Jakarta (SAJ), yang cukup ketat dalam menerima anggota. Namun hal tersebut diawali dari peristiwa penipuan oleh salah satu mantan anggotanya terhadap anggota lain. SAJ memiliki struktur yang relatif lebih lengkap dibanding *Sobat Ambyar* regional lain. Bentuk interaksi antar anggota didominasi melalui penggunaan sosial media terutama instagram.

Namun, hal yang cukup menarik justru berasal dari bagaimana kelompok terbentuk ternyata tidak jauh berbeda dengan penjelasan Tuckman (1965). Fase-fase yang ada tetap muncul sekalipun kelompok terbentuk dan berasal dari media digital. Hal ini bisa jadi dikarenakan kemudahan untuk bertemu tidak hanya bertemu secara langsung, namun perkembangan teknologi memungkinkan komunikasi untuk bertemu saat ini bisa melalui media alternatif secara *real-time* seperti *whatsapp chat* dan *video call*, sehingga keharusan untuk bertemu secara fisik tidak lagi menjadi penghalang karena teknologi saat ini sudah memungkinkan untuk berkomunikasi secara langsung sekalipun jarak jauh.

Selain itu, kesamaan nilai tentang patah hati memberikan dukungan sosial bagi individu bahwa mereka tidak masalah apabila mereka ingin bersedih. Selanjutnya, kelompok *Sobat Ambyar* juga menyediakan momen untuk menghilangkan nilai bahwa laki-laki itu harus kuat dan tidak boleh bersedih. Hal ini berkaitan upaya mereka untuk melawan hegemoni nilai-nilai yang dianut oleh mayoritas masyarakat terhadap tuntutan tersebut. Disisi lain, upaya mereka untuk dikenali sebagai kelompok pengagum yang cinta damai dan tidak pernah terlibat dengan kerusuhan juga turut diangkat oleh kelompok.

---

## Ucapan Terima Kasih

Penelitian ini dapat terlaksana dengan bantuan dana penelitian Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) 2020 Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Malang.

## Referensi

- Azanella, L. A. (2020, May 5). *Selamat Jalan Didi Kempot, The Godfather of Broken Heart...* Halaman all. KOMPAS.com. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/05/05/085611465/selamat-jalan-didi-kempot-the-godfather-of-broken-heart>
- Bargh, J. A., & McKenna, K. Y. A. (2004). The Internet and Social Life. *Annual Review of Psychology*, 55(1), 573–590. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.55.090902.141922>
- BunCan. (2019, August 5). 5 Fakta Viral Sosok Didi Kempot “Godfather of Broken Heart.” *IDN Times*. <https://www.idntimes.com/news/indonesia/erlian-garwane-bayu/fakta-viral-sosok-didi-kempot-godfather-of-broken-heart-agp-c1c2>
- Cahyono, B. (2020, July 5). *Video Klip “Konco Kenthel” Lagu Peninggalan Didi Kempot Dirilis* [News]. AyoJakarta.com. <https://www.ayojakarta.com/read/2020/07/05/20843/video-klip-konco-kenthel-lagu-peninggalan-didi-kempot-dirilis>
- Didi Kempot: Patah Hati Mending Dijogeti*. (2019, July 25). [https://www.youtube.com/watch?v=5NNW4NBDV\\_M](https://www.youtube.com/watch?v=5NNW4NBDV_M)
- Dimeriahkan Didi Kempot, Harlah Ke-21 PKB Berubah bak Konser. (2019). *detiknews*. <https://news.detik.com/berita/d-4636640/dimeriahkan-didi-kempot-harlah-ke-21-pkb-berubah-bak-konser>
- Donasi Rp 7.6 Miliar Konser Amal dari Rumah Didi Kempot Sudah Disalurkan*. (2020, April 25). <https://www.youtube.com/watch?v=3xiv2wJFjnM>
- Forsyth, D. R. (2010). *Group dynamics* (5th ed). Wadsworth, Cengage Learning.
- Fox, J., & Ralston, R. (2016). Queer identity online: Informal learning and teaching experiences of LGBTQ individuals on social media. *Computers in Human Behavior*, 65, 635–642. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.06.009>
- Goggins, S. P., Laffey, J., & Gallagher, M. (2011). Completely online group formation and development: Small groups as socio-technical systems. *Information Technology & People*, 24(2), 104–133. <https://doi.org/10.1108/09593841111137322>
- Johnson, N. F., Xu, C., Zhao, Z., Ducheneaut, N., Yee, N., Tita, G., & Hui, P. M. (2009). Human group formation in online guilds and offline gangs driven by a common team dynamic. *Physical Review E*, 79(6), 066117. <https://doi.org/10.1103/PhysRevE.79.066117>
- Joy-Matthews, J., & Gladstone, B. (2000). Extending the group: A strategy for virtual team formation. *Industrial and Commercial Training*, 32(1), 24–29.
-



- <https://doi.org/10.1108/00197850010311149>
- Kampmeier, C., & Simon, B. (2001). Individuality and group formation: The role of independence and differentiation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(3), 448–462. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.81.3.448>
- Khaerunnisa. (2019, June 13). Siapa Menyangka, Lagu “Cidro” yang Bikin Didi Kempot Trending Rupanya Lebih Dulu Terkenal di Belanda dan Suriname. *suar.grid.id*. <https://suar.grid.id/read/201754434/siapa-menyangka-lagu-cidro-yang-bikin-didi-kempot-trending-rupanya-lebih-dulu-terkenal-di-belanda-dan-suriname?page=all>
- Panek, E., Hollenbach, C., Yang, J., & Rhodes, T. (2018). The Effects of Group Size and Time on the Formation of Online Communities: Evidence From Reddit. *Social Media + Society*, 4(4), 205630511881590. <https://doi.org/10.1177/2056305118815908>
- Postmes, T., Baray, G., Haslam, S. A., Morton, T. A., & Swaab, R. I. (2006). The dynamics of personal and social identity formation. *Individuality and the Group: Advances in Social Identity*, 215–236.
- Postmes, T., Haslam, S. A., & Swaab, R. I. (2005). Social influence in small groups: An interactive model of social identity formation. *European Review of Social Psychology*, 16(1), 1–42. <https://doi.org/10.1080/10463280440000062>
- Purnomo, A. (2012). Teori peran laki-laki dan perempuan. *EGALITA*, 1/2006(Gender). <https://doi.org/10.18860/egalita.v0i0.1920>
- Roccas, S., Sagiv, L., Schwartz, S. H., & Knafo, A. (2002). The Big Five Personality Factors and Personal Values. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(6), 789–801. <https://doi.org/10.1177/0146167202289008>
- Sabrina, P. (2020, May 5). Didi Kempot, Musisi Campursari Idola Milenial. *femina.co.id*. <https://www.femina.co.id/Trending-Topic/didi-kempot-musisi-campursari-idola-milenial>
- Thye, S. R., Lawler, E. J., & Yoon, J. (2011). The Emergence of Embedded Relations and Group Formation in Networks of Competition. *Social Psychology Quarterly*, 74(4), 387–413. <https://doi.org/10.1177/0190272511415553>
- Tuckman, B. W. (1965). Developmental sequence in small groups. *Psychological Bulletin*, 63(6), 384.
- Yuniati, I. (2020, May 6). Ini Deretan Karya Didi Kempot, Lagu Pertama hingga Lagu Terakhir Jelang Tutup Usia. *solopos.com*. <https://www.solopos.com/ini-deretan-karya-didi-kempot-lagu-pertama-hingga-lagu-terakhir-jelang-tutup-usia-1059844>
- Yusuf, A. (2020, May 8). Donasi Sobat Ambyar Disebar ke Penerima Manfaat Jabodetabek. <https://republika.co.id/berita/q9yv67327/donasi-sobat-ambyar-disebar-ke-penerima-manfaat-jabodetabek>