

**ANALISIS KOMUNIKASI PERSUASIF CHANNEL YOUTUBE “KEMBAR MUSIC DIGITAL” UNTUK MENARIK MINAT PENONTON GENERASI Z PADA MUSIK CAMPURSARI**

**ANALYSIS OF PERSUASIVE COMMUNICATION ON THE YOUTUBE CHANNEL “KEMBAR MUSIC DIGITAL” TO ATTRACT GENERATION Z VIEWERS TO CAMPURSARI MUSIC**

**Dwi Anto, Dra. Nurnawati Hindra H ,M.Si, Andri Astuti Itasari, S.Sos.,M.I.Kom.**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik,  
Universitas Slamet Riyadi Surakarta

[Dwianto509@gmail.com](mailto:Dwianto509@gmail.com)

**ABSTRAK**

Minat penonton Generasi Z terhadap musik campursari pada *chanel youtube kembar music digital* melalui komunikasi persuasif yang dikaitkan dengan jumlah *viewers, like, subscriber* dan kolom komentar yang di isi sebagian besar oleh kalangan Generasi Z. Hal tersebut dapat di lihat melalui profil akun *viewers* pada setiap postingan *chanel youtube kembar music digital*. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis komunikasi persuasif dalam menarik minat penonton pada Generasi Z . Adapun teori yang dilakukan dalam penelitian ini yakni teori persuasif menurut efendy. Jenis penelitian ini merupakan deskriptif dengan metode kualitatif. Hasil dari penelitian bahwa minat penonton Generasi Z terhadap musik campursari pada *chanel youtube kembar music digital* dipengaruhi dari pengolahan aransamen musik, pemilihan lagu, pemilihan penyanyi serta kualitas video pada setiap postingan *chanel youtube kembar music digital*. Hal ini dapat dibuktikan melalui wawancara terhadap informan yang merupakan salah satu *subscriber* serta *viewers kembar music digital* yang telah dipastikan tertarik terhadap musik campursari pada *chanel youtube kembar music digital* dan dapat juga dipercaya pernyataanya yang akan dijadikan sumber data penelitian .

**Kata Kunci : Kembar Music Digital, Komunikasi Persuasif, Minat Penonton Generasi Z**

**ABSTRACT**

*The interest of Generation Z viewers in Campursari music on the Kembar Music Digital YouTube channel is examined through persuasive communication techniques, linked to the number of viewers, likes, subscribers, and comments, which are predominantly contributed by Generation Z. This can be observed from the profile of viewers' accounts on each post on the Kembar Music Digital YouTube channel. This study was conducted to analyze persuasive communication in attracting the interest of Generation Z viewers. The theory applied in this research is Efendy's persuasive communication theory. This research is descriptive in nature with a qualitative method. The results show that Generation Z's interest in Campursari music on the Kembar Music Digital YouTube channel is influenced by music arrangement, song selection, singer choice, and video quality in each post. This is supported by interviews with informants, who are subscribers and viewers of Kembar Music Digital, confirmed to be interested in Campursari music on the channel and considered reliable as data sources for the research.*

**Keywords: Kembar Music Digital, Persuasive Communication, Generation Z Viewers Interest**

## **PENDAHULUAN**

### **LATAR BELAKANG MASALAH**

Komunikasi persuasif yaitu pendekatan yang mempunyai tujuan untuk merubah sudut pandang, sikap ataupun keyakinan seseorang. makna komunikasi persuasi berasal dari kata latin *persuasio*. Kata kerjanya yakni *Persuadere*, yang mempunyai arti membujuk, mengajak, dan merayu. Supaya komunikasi persuasif tersebut mencapai tujuan maupun sasarannya, maka perlu diberlakukan rencana yang matang (Effendy, 2009:21-22).

Youtube merupakan sebuah platform media penyedia hiburan video visual yang memiliki beragam jenis konten hiburan di dalamnya meliputi konten tutorial, kesehatan, *vlog*, *gaming*, *review*, olahraga, serta konten musik yang menjadi hiburan yang di minati generasi Z yang memiliki efek menyenangkan, relate dengan suasana dan memberikan dampak perubahan pada pendengarnya terutama dampak dalam generasi Z .

Musik Campursari merupakan salah satu genre musik tradisional yang mengalami penurunan minat dari generasi muda. Namun, dengan kehadiran channel YouTube Kembar Music Digital, musik ini mulai menarik perhatian kalangan remaja, terutama Generasi Z. Channel ini menggabungkan musik Campursari dengan elemen musik modern, seperti dangdut koplo dan pop Jawa, yang lebih dekat dengan selera anak muda. Komunikasi persuasif yang diterapkan oleh channel ini melalui visualisasi, pemilihan lagu, dan penyampaian pesan secara emosional berhasil menarik minat generasi muda yang umumnya lebih tertarik pada musik modern.

Channel youtube kembar music digital merupakan chanel youtube yang berasal dari Sragen, Jawa Tengah chanel Kembar Music Digital memuat konten music genre campursari atau langgam, kembar music digital mempunyai subscriber sebanyak 1 juta lebih dan follower Instagram sebanyak 27 ribu menurut data terbaru pada tahun 2024, personil kembar music berjumlah 4 orang terdiri dari 2 orang saron, 1 keyboard , dan 1 pengendang dan beberapa vocalis dan juga beberapa tim di belakang layar.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan teknik komunikasi persuasif oleh Kembar Music Digital dalam menarik minat Generasi Z terhadap musik Campursari.

### **RUMUSAN MASALAH**

Bagaimana Analisis Komunikasi Persuasif Channel Youtube “*Kembar Music Digital*” Untuk Menarik Minat Penonton Generasi Z Pada Musik Campursari ?

### **TUJUAN PENELITIAN**

Untuk mengetahui maksud dan manfaat Analisis channel youtube kembar music digital dalam komunikasi persuasif untuk menarik minat penonton Generasi Z pada musik campursari

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data dikumpulkan melalui:

1. Observasi terhadap konten video di channel Kembar Music Digital, dengan

- fokus pada aransemen musik, visualisasi, dan interaksi penonton di kolom komentar.
2. Wawancara dengan pengelola channel dan penonton aktif yang sebagian besar berasal dari Generasi Z, untuk mengetahui persepsi mereka terhadap musik Campursari.
  3. Dokumentasi yang mencakup statistik channel, jumlah subscriber, jumlah tayangan, dan analisis komentar penonton.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian menunjukkan bahwa Kembar Music Digital berhasil menarik minat Generasi Z terhadap musik Campursari melalui beberapa strategi komunikasi persuasif:

#### 1. Teknik Asosiasi

Channel ini mengaitkan musik Campursari dengan elemen budaya populer yang dikenal oleh Generasi Z, seperti musik dangdut koplo dan pop Jawa, sehingga mereka merasa lebih dekat dan tertarik dengan konten yang disajikan. Penggabungan elemen modern ini membuat penonton, terutama remaja, merasa bahwa Campursari bukan lagi musik yang kuno, tetapi relevan dengan selera mereka. Dengan demikian, teknik asosiasi ini berhasil menciptakan jembatan antara tradisi dan modernitas, sehingga meningkatkan daya tarik musik Campursari di kalangan Generasi Z.

#### 2. Teknik Integrasi

Pemanfaatan media sosial seperti YouTube dan interaksi dengan penonton di kolom komentar menjadi strategi kunci

dalam membangun kedekatan emosional dengan penonton muda. Konten yang disajikan selalu mengikuti tren yang sedang berkembang di kalangan Generasi Z, sehingga membuat mereka merasa bahwa musik Campursari dapat mengikuti perkembangan zaman. Interaksi yang aktif dan partisipatif ini memperkuat hubungan emosional antara channel dan penonton, sekaligus mendorong loyalitas mereka terhadap Kembar Music Digital. Dengan demikian, teknik integrasi ini secara efektif membantu channel dalam mempertahankan serta meningkatkan minat penonton.

#### 3. Teknik Ganjaran

Channel ini memberikan insentif secara tidak langsung, seperti menyajikan konten yang diminati oleh penonton berdasarkan permintaan mereka di kolom komentar. Hal ini membuat penonton merasa terlibat dalam pengembangan konten, yang pada gilirannya meningkatkan keterikatan emosional mereka dengan channel. Penerapan teknik ganjaran ini membantu meningkatkan partisipasi aktif penonton dan membuat mereka merasa dihargai atas kontribusi mereka dalam membentuk konten. Teknik ini terbukti efektif dalam menjaga hubungan yang saling menguntungkan antara Kembar Music Digital dan penontonnya.

#### 4. Teknik Tataan

Teknik tataan (*icing technique*) merupakan cara komunikasi persuasif yang menata pesan sedemikian rupa dengan unsur emosional sehingga lebih menarik dan memikat perhatian audiens. Pada Kembar Music Digital, teknik ini diterapkan melalui visualisasi video yang

menarik dengan penyajian musik yang menyentuh emosi audiens. Tata panggung yang baik, pencahayaan, serta kualitas produksi video yang tinggi memperkuat pesan emosional yang disampaikan, sehingga musik Campursari dapat lebih dinikmati oleh penonton Generasi Z. Dengan demikian, teknik tataan berhasil memberikan daya tarik tambahan yang membuat penonton lebih mudah menerima dan menikmati konten yang disajikan.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai komunikasi persuasif yang diterapkan oleh channel YouTube Kembar Music Digital dalam menarik minat Generasi Z terhadap musik Campursari, dapat disimpulkan beberapa hal Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Kembar Music Digital efektif dalam menarik minat penonton *Gen Z*. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah penonton muda yang secara aktif berinteraksi dengan konten melalui *likes*, komentar, dan berbagi video. Keberhasilan komunikasi persuasif ini didukung oleh penggabungan elemen modern, seperti dangdut koplo dan pop Jawa, yang lebih dekat dengan selera musik anak muda, ke dalam aransemen musik Campursari.

Generasi Z yang awalnya tidak tertarik dengan musik tradisional seperti Campursari, secara bertahap menunjukkan minat setelah dihadapkan dengan konten yang relevan dengan dunia mereka. Pemilihan lagu populer, penggunaan penyanyi muda, dan kualitas produksi video yang tinggi berkontribusi terhadap daya tarik konten bagi Generasi Z Teknik persuasif seperti integrasi dan asosiasi yang menghubungkan musik Campursari dengan budaya populer berhasil mengubah persepsi *Generasi Z* bahwa musik tradisional bisa

relevan dan menyenangkan. *Generasi Z* merespons positif teknik-teknik persuasif yang diterapkan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan teknik komunikasi persuasif yang tepat, disertai dengan pemahaman mendalam mengenai preferensi musik *Gen Z*, mampu mengubah cara pandang dan minat mereka terhadap musik tradisional seperti Campursari. Channel YouTube Kembar Music Digital berhasil memanfaatkan peluang ini dengan menciptakan konten yang relevan, modern, dan menarik bagi generasi muda.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Baskoro, A. (2009). *Perkembangan Media Digital Youtube Sebagai Sarana Layanan Hiburan*. Jakarta: Media Publisher.
- Cangara, H. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Devito, J. A. (2010). *Human Communication: The Basic Course*. New York: Pearson Education.
- Effendy, O. U. (2008). *Dinamika Komunikasi Persuasif*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Gerlach, V. S., & Ely, D. P. (2015). *Teaching and Media: A Systematic Approach*. New Jersey: Prentice-Hall.

- Hafied, C., & Cangara, H. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hassan, M. N., & Rahman, S. A. (2017). *Generation Z: A Critical Review of Their Role in the Future Workforce*. *International Journal of Social Science*, 12(3), 123-135.
- Kurniasari, N., & Helmi, M. (2020). *Perilaku Konsumen Generasi Z dalam Mengonsumsi Media Digital*. *Jurnal Komunikasi*, 5(2), 50-65.
- Lapau, B. (2012). *Metode Ilmiah Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi*. Jakarta: Pustaka Obor.
- Pertiwi, D. (2019). *Pengaruh Digitalisasi terhadap Perilaku Generasi Z di Indonesia*. *Jurnal Komunikasi Digital*, 8(1), 34-45.
- Rakhmat, J. (2007). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rizqotus, S. (2021). *Analisis Strategi Persuasif pada Tindak Tutur Ria Ricis dalam Channel Youtube Ricis Official*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(4), 98-112.
- Santoso, R. J. (2020). *Komunikasi Persuasif dalam Penyampaian Dakwah pada Channel Youtube Caknun.Com*. *Jurnal Dakwah Digital*, 6(2), 80-95.
- Suprpto, A. (2008). *Perilaku dalam Komunikasi Persuasif*. Jakarta: Pustaka Ilmu.
- Sutopo, H. B. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS Press.
- Thoif, M., Nirmala, A. A., & Anwar, S. (2021). *Bentuk Persuasif pada Unggahan Konten Akun Youtube Jess No Limit dan Implikasinya pada Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP*. *Jurnal Pendidikan Bahasa*, 13(1), 24-36.
- We Are Social. (2022). *Laporan Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia*. Retrieved from