KOMUNIKATA57
Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi
p-ISSN: 2774-3616
e-ISSN: 2774-3624
diterbitkan oleh
Program Studi Ilmu Komunikasi
Institut Bisnis dan Informatika (IBI) Kosgoro 1957
dibawah pembinaan
APJIKI
Vol. 7, No. 1, April 2026, pp. 12-22

MUSIK HIP-DUT SEBAGAI BUDAYA POPULER: AKULTURASI HIP HOP DAN DANGDUT GENERASI Z MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK

PENULIS [1)]**Defiana Hayu Kinanti,** [2)]**Bela Fataya Azmi**

ABSTRAK

Musik hip-dut merupakan hasil perpaduan antara musik dangdut sebagai budaya lokal Indonesia dan musik hip-hop sebagai budaya global. Perpaduan ini menunjukkan adanya proses akulturasi budaya yang berkembang di kalangan Generasi Z melalui media sosial TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses akulturasi musik hip-dut sebagai budaya populer pada Generasi Z melalui TikTok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi digital, wawancara mendalam terhadap lima informan Generasi Z, serta dokumentasi pendukung. Dasar teori penelitian ini menggunakan teori akulturasi budaya Koentjaraningrat yang menyatakan bahwa akulturasi sebagai proses sosial bercampurnya dua kebudayaan yang berbeda secara bertahap, serta teori budaya populer John Storey untuk menjelaskan hasil akulturasi menjadi sebuah budaya yang dikonsumsi oleh banyak orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akulturasi musik hip-dut berlangsung melalui proses pengenalan, penerimaan, konsumsi penggunaan, dan penyebaran. Generasi Z mengenal hip-dut melalui paparan konten di TikTok, kemudian menerima perpaduan unsur hip-hop dan dangdut secara selektif tanpa menghilangkan identitas budaya lokal. Proses ini berlanjut pada tahap penggunaan dan penyebaran musik hip-dut melalui berbagai konten di TikTok sehingga berkembang sebagai budaya populer di kalangan Generasi Z.

Kata Kunci: Akulturasi Budaya, Budaya Populer, Hip-Dut, Generasi Z, TikTok.

ABSTRACT

Hip-dut music is a cultural fusion between dangdut as Indonesia's local culture and hip-hop as a global culture. This fusion reflects a process of cultural acculturation that has developed among Generation Z through the social media platform TikTok. This study aims to examine how the acculturation of hip-dut music emerges as a form of popular culture among Generation Z on TikTok. This research uses a qualitative method with a phenomenological approach. Data were collected through digital observation, in-depth interviews with five Generation Z informants, and supporting documentation. The study is based on Koentjaraningrat's cultural acculturation theory, which explains the merging of different cultures, and John Storey's popular culture theory, which describes how cultural products become widely consumed by society. The findings show that the acculturation of hip-dut music occurs through stages of introduction, acceptance, use, and dissemination. Generation Z becomes familiar with hip-dut through repeated exposure to TikTok content and selectively accepts the combination of hip-hop and dangdut without losing local cultural identity. Through its use and spread in various TikTok contents, hip-dut music develops as a form of popular culture among Generation Z.

Keywords: *Cultural Acculturation, Generation Z, Hip-Dut, Popular Culture, TikTok.*

AFILIASI

Prodi, Fakultas: [1-3)]Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial
Nama Institusi: [1-3)]Universitas Amikom Yogyakarta
Alamat Institusi: [1-3)]Jl. Ring Road Utara, Ngringin, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta - 55281

KORESPONDENSI

Penulis: Bela Fataya Azmi
Email: belafataya@amikom.ac.id

LICENSE

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

DOI: https://doi.org/10.55122/kom57.v7i1.2038

I. PENDAHULUAN

Perkembangan musik Indonesia tidak lepas dari proses akulturasi budaya yang memungkinkan unsur-unsur musik asing dipadukan dengan tradisi lokal tanpa menghilangkan karakter asli keduanya. Salah satu contoh nyata dari akulturasi dalam musik yaitu perpaduan antara hip-hop dan dangdut yang kemudian melahirkan *genre* baru bernama "hip-dut". *Genre* hip-hop muncul pada tahun 1970-an di Bronx, New York (Mofun, 2024). Sementara istilah "dangdut" berasal dari bunyi khas alat musik tabla yang diadaptasi dari India (Pangeran dkk., 2025). Dangdut merupakan bentuk musik populer Indonesia yang tumbuh dari tradisi Orkes Melayu pada 1960-an (Ramadhan & Wulandari, 2023).

Perjumpaan antara dangdut dan hip-hop kemudian melahirkan *genre* baru yang disebut hip-dut atau hip-hop dangdut. Perpaduan ini muncul di indonesia pada pertengahan tahun 2010-an, melalui kemunculan grup NDX A.K.A yang menghadirkan campuran hip-hop, campursari, dan dangdut koplo dengan lirik yang dekat dengan keseharian anak muda. Lagu *Sayang* menjadi titik awal meningkatnya perhatian terhadap musik campuran ini, diikuti oleh hadirnya musisi lain seperti Ndarboy Genk dan Denny Caknan yang membuat *genre* ini semakin dikenal lintas generasi (Ginting, 2025).

Perkembangan hip-dut memasuki fase baru ketika populernya lagu "Garam & Madu (Sakit Dadaku)" karya Tenxii, Naykilla, dan Jemsii yang banyak dianggap sebagai pelopor berkembangnya *genre* ini di Indonesia. Dirilis pada 20 Desember 2024, lagu tersebut melejit pada akhir 2024 hingga sepanjang 2025, terutama di kalangan Generasi Z. Perpaduan hip-hop dengan nuansa dangdut yang khas membuatnya digunakan lebih dari 641 ribu kali di TikTok (Nugraha, 2025).

Selain "Garam & Madu", beberapa lagu hip-dut lain juga mulai dikenal luas. Unsur lokal dan global yang berpadu membuat *genre* ini mudah diterima di media sosial TikTok. Beberapa lagu hip-dut kini masuk *playlist* favorit, seperti "Kasih Aba-Aba" karya Tenxi & Jemsii, serta "Calon Mantu Idaman" karya Rombongan Bodonk Koplo ft. Ncum. Lagu-lagu tersebut sering digunakan sebagai latar video pendek di media sosial (Qaniah, 2025).

Menurut Dimock dari *Pew Research Center*, Generasi Z adalah mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, di mana fase ini menunjukkan kemajuan sosioekonomi yang lebih stabil serta perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat (Kamil & Laksmi, 2023). Generasi Z adalah remaja Indonesia yang tumbuh di era modern, dengan perilaku, gaya hidup, dan budaya yang terbentuk dari kemajuan teknologi informasi (Nugroho dkk, 2025). Gen Z menghabiskan sebagian besar waktunya di media sosial khususnya TikTok, tempat mereka mengekspresikan diri, mengikuti tren, mencari informasi, hingga menemukan musik baru. TikTok bahkan dianggap sebagai sarana utama bagi Gen Z dalam memperkenalkan dan mengonsumsi musik, termasuk hip-hop yang memiliki kedekatan tematis dengan gaya hidup mereka (Putra, 2024).

Generasi Z menjadi kelompok yang paling aktif dalam mempopulerkan hip-dut. Hal ini dibuktikan dengan tingginya keterlibatan Gen Z dalam memviralkan hip-dut melalui tarian pendek hingga unggahan *cover* di media sosial khususnya TikTok (Solihannoer, 2025). Hal tersebut menunjukkan bahwa mereka tidak hanya berperan sebagai konsumen budaya, tetapi juga sebagai agen penyebaran budaya populer.

Budaya populer dapat dipahami sebagai bentuk kebudayaan yang lahir dan berkembang melalui keterkaitannya dengan media. Media dapat membentuk suatu wujud budaya, yang kemudian diserap oleh masyarakat sebagai bagian dari kebudayaan (Regita, 2025). Generasi muda sebagai kelompok usia produktif memegang peranan penting dalam membentuk budaya populer yang sangat dipengaruhi oleh media dan teknologi. Mereka kerap menjadi subjek utama dalam penerapan, penciptaan, dan penyebaran tren baru (Rahim, 2024)

Perkembangan hip-dut tidak bisa dilepaskan dari media sosial sebagai tempat utama dalam proses penyebaran budaya populer. Platform seperti TikTok membuat musik ini cepat *viral* karena banyaknya konten yang dibuat dan dibagikan oleh pengguna. Media sosial seperti TikTok tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyebaran, tetapi juga menjadi ruang budaya tempat Generasi Z menampilkan identitas mereka. Melalui *platform* tersebut, generasi muda kerap membagikan konten yang mencerminkan nilai-nilai budaya, mulai dari makanan tradisional, festival, hingga fesyen atau pakaian adat (Farihah, 2025). Dengan cara ini, mereka tidak hanya memperkuat identitas budaya mereka sendiri, tetapi juga memperkenalkan bentuk budaya seperti hip-dut kepada audiens yang lebih luas.

Pada dasarnya media sosial memang bisa menjadi sarana untuk memperkenalkan budaya lokal secara lebih luas. Namun, kenyataannya, budaya lokal sering kalah bersaing dengan budaya global yang lebih dominan. Walaupun ada beberapa budaya lokal yang berhasil menarik perhatian, sebagian besar tren yang

viral justru berasal dari budaya global. Kondisi ini membuat banyak orang lebih memilih mengikuti tren internasional, sehingga lambat laun dapat melemahkan keberagaman dan kekayaan budaya lokal (Prastacka, 2024). Namun, kemunculan musik hip-dut justru mendapat respons yang cukup signifikan di kalangan Generasi Z di TikTok. Ini menunjukkan adanya proses akulturasi budaya yang juga berpotensi membentuk musik hip-dut sebagai budaya populer di media sosial TikTok.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas penelitian serupa seperti pada jurnal Karmawibangga berjudul *Poetry Battle Jogja Hip-Hop Foundation: Akulturasi Budaya Jawa dan Hip-Hop di Indonesia* mengkaji akulturasi *hip-hop* dengan budaya Jawa dari perspektif kreator atau komunikator dan prosesnya dalam seni pertunjukan (Almasykur, 2024). Penelitian ini mengkaji secara mendalam Poetry Battle yang dikembangkan oleh Jogja Hip-Hop Foundation sebagai bentuk inovasi musik berbasis akulturasi budaya yang berhasil menggabungkan unsur musik tradisional Jawa dengan ritme dan gaya lirik hip-hop modern. Hasil penelitian menjelaskan bahwa akulturasi jawa dan hip-hop tidak hanya menciptakan *genre* musik baru, tetapi juga memiliki fungsi penting dalam pelestarian budaya Jawa dan pembentukan identitas lokal.

Jurrnal Kultur berjudul *Unsur Musik Lagu Garam dan Madu sebagai Evolusi Musik Dangdut* menguraikan bagaimana lagu "Garam dan Madu" menggabungkan unsur dangdut dan *hip-hop* (Pangeran dkk., 2025). Penelitian ini menunjukkan bahwa lagu "Garam dan Madu" berhasil menggabungkan harmoni dan melodi dangdut dengan beat gaya vokal rap. Lirik lagu yang emosional dan naratif turut memperkuat karakter musiknya, sementara penyebarannya melalui media sosial membuat lagu ini mudah diterima oleh Generasi Z. Hasil penelitian juga menegaskan bahwa dangdut merupakan *genre* yang adaptif dan mampu berevolusi mengikuti perkembangan teknologi, budaya digital, dan preferensi musik generasi muda.

Kemudian penelitian berjudul *Kebudayaan Gen Z: Kekuatan Kreativitas di Era Digital* membahas akulturasi budaya melalui penyebaran musik Korea di Indonesia pada era digital (Maharani dkk, 2025) . Hasil penelitian menunjukkan bahwa musik Korea melalui popularitas grup tertentu menjadi salah satu penyebab meningkatnya akulturasi budaya Korea di Indonesia. Hal ini dapat membawa dampak positif dalam bentuk pertukaran budaya dan perkembangan preferensi musik, tetapi juga menciptakan tantangan terkait dominasi budaya asing yang dapat memengaruhi daya penerimaan masyarakat terhadap budaya lokal.

Namun, ruang kajian mengenai proses akulturasi musik hip-dut sebagai budaya populer dari perspektif audiens Generasi Z melalui TikTok dalam proses konsumsi dan penyebaran masih jarang ditemukan. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menempatkan Generasi Z sebagai aktor utama dalam proses akulturasi musik hip-dut sebagai budaya populer yang berlangsung melalui TikTok.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami proses akulturasi budaya yang terjadi ketika musik hip-dut dikonsumsi serta disebarluaskan oleh Generasi Z melalui TikTok sehingga membentuk musik hip-dut sebagai budaya populer. Selain itu, penelitian ini relevan untuk menjelaskan TikTok diposisikan sebagai ruang proses akulturasi budaya sekaligus medium komunikasi digital tempat berlangsungnya praktik konsumsi dan penyebaran musik hip-dut oleh Generasi Z. Melalui penelitian ini, dapat dipahami terkait praktik komunikasi di TikTok berkontribusi dalam membentuk proses akulturasi dan memperluas hip-dut sebagai budaya populer.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih untuk mendeskripsikan secara mendalam proses akulturasi musik hip-dut sebagai budaya populer pada Generasi Z melalui TikTok. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami dan menggambarkan bagaimana Generasi Z mengalami tahapan pengenalan, penerimaan, penggunaan, dan penyebaran musik hip-dut dalam aktivitas mereka di TikTok.

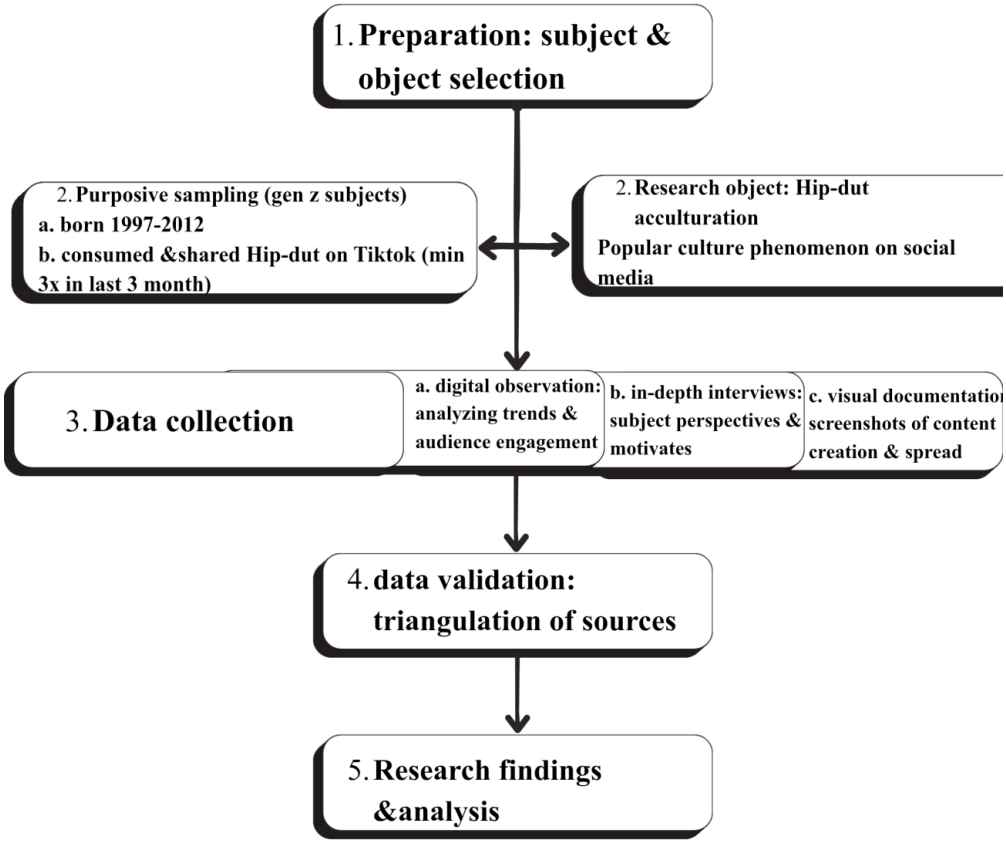
Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi. Pendekatan ini menempatkan pengalaman manusia sebagai sumber utama dalam memahami realitas sosial yang sedang diteliti (Kriyantono, 2020). Pada penelitian ini, fenomenologi digunakan untuk menjelaskan bagaimana Generasi Z mengalami secara langsung proses akulturasi musik hip-dut sebagai budaya populer melalui TikTok, mulai dari tahap pengenalan, penerimaan unsur musik hip-hop ke dalam dangdut, konsumsi penggunaan musik hip-dut, hingga penyebarannya.

Pemilihan subjek dilakukan menggunakan *purposive sampling*, dengan kriteria subjek, yaitu; 1) Generasi Z (Menurut Dimock dari *Pew Research Center*, Generasi Z adalah mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012), 2) Pernah mengonsumsi dan menyebarkan konten musik hip-dut di platform TikTok

minimal tiga kali dalam tiga bulan terakhir, baik melalui penggunaan lagu, pembuatan video, atau sekadar mengikuti tren. Sementara itu, objek penelitian ini adalah fenomena akulturasi musik hip-dut sebagai budaya populer di media sosial.

Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tiga teknik utama, yaitu observasi (mengamati aktivitas, tren, dan penggunaan musik hip-dut pada platform TikTok untuk melihat pola penyebaran dan keterlibatan audiens.), wawancara mendalam, dan dokumentasi visual (mencakup gambar tangkapan layar (*screenshot*) penggunaan atau penyebaran musik hip-dut yang dilakukan oleh *audience* untuk memperkaya data penelitian).

Teknik pemeriksaan keabsahan penelitian pada penelitian ini yaitu triangulasi sumber dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber data, yaitu data diperoleh dari observasi digital, kemudian wawancara, lalu dicek dengan dokumentasi. Tahapan penelitian tersebut dapat dilihat dalam bagan berikut:



Bagan 1. Tahapan Penelitian

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Proses Akulturasi Musik Hip-Dut pada Generasi Z

Proses akulturasi musik hip-dut pada Generasi Z berlangsung secara bertahap dan tidak instan. Seluruh informan telah lama mengenal musik dangdut dan hip-hop sebagai dua *genre* yang terpisah. Namun, bentuk perpaduan hip-dut baru mereka kenal pada awal tahun 2025, khususnya setelah viralnya lagu "Garam & Madu (Sakit Dadaku)" di media sosial TikTok.

Tahap awal akulturasi ditandai dengan proses pengenalan yang terjadi melalui paparan berulang *For You Page* (FYP) TikTok, yang secara perlahan membangun rasa familiar dan ketertarikan. Kondisi ini menunjukkan bahwa proses akulturasi tidak berlangsung secara tiba-tiba, melainkan melalui kontak budaya yang terus-menerus Hal tersebut sejalan dengan konsep akulturasi menurut Koentjaraningrat yang menekankan bahwa unsur budaya asing tidak serta-merta menggantikan budaya asli, melainkan masuk secara perlahan dan terus-menerus melalui kontak budaya (Putri, 2022).

Beberapa informan merasa asing dalam mengkategorikan hip-dut. Namun, kemunculan lagu-lagu hip-dut melalui TikTok membuat rasa asing tersebut berangsur hilang dan berganti menjadi penerimaan. Hal ini memperkuat pandangan Koentjaraningrat bahwa akulturasi merupakan proses sosial yang memerlukan waktu

agar unsur budaya baru dapat diterima oleh masyarakat (Putri, 2022). Proses ini juga sejalan dengan penelitian Almasykur dalam konteks Poetry Battle Jogja Hip-Hop Foundation, yang menunjukkan bahwa musik tradisional dan modern dapat berkolaborasi secara harmonis serta dapat diterima oleh generasi muda ketika dikemas secara kreatif dan diperkenalkan secara berkelanjutan (Almasykur, 2024).

Pada proses akulturasi terlihat pada penerimaan Generasi Z terhadap unsur hip-hop dalam hip-dut menunjukkan bahwa budaya global tidak ditolak, melainkan diterima secara selektif. Unsur yang paling dominan diterima oleh informan adalah beat hip-hop dan lirik rap yang dianggap lebih energik, *modern*, dan relevan dengan selera Generasi Z. Penerimaan ini bersifat selektif, di mana unsur hip-hop diolah dan disesuaikan dengan struktur dangdut. Temuan ini menunjukkan bahwa Generasi Z tidak sekadar mengonsumsi budaya global secara mentah, tetapi tetap mengolahnya sesuai dengan unsur lokal. Dalam perspektif Koentjaraningrat, hal ini mencerminkan penerimaan unsur budaya asing yang bersifat adaptif dan kreatif. Unsur hip-hop diterima karena dianggap relevan dengan kebutuhan dan selera masyarakat serta mampu memperbarui citra dangdut yang sebelumnya dipersepsikan sebagai musik yang cenderung jadul (Nurrohman & Suyuti, 2024).

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa perpaduan elemen modern dan tradisional dalam lagu “Garam & Madu” menjadikan musik dangdut terdengar lebih modern dibandingkan dangdut konvensional serta lebih mudah diterima oleh Generasi Z. Perpaduan tersebut dapat dilihat, misalnya, pada penggunaan lirik yang tetap mempertahankan gaya puitik dangdut tentang percintaan, seperti ungkapan “cinta kita seperti garam dan madu, berbeda rasa namun saling melengkapi,” yang mencerminkan metafora sederhana khas lirik dangdut. Namun, lirik tersebut dibawakan dengan gaya vokal yang lebih santai dan ritmis mengikuti pola musik hip-hop.

Selain itu, pada bagian iringan musik, terdengar kombinasi antara ketukan **kendang dangdut** yang menjadi ciri utama musik dangdut dengan **beat elektronik dan ritme rap** yang umum ditemukan dalam musik hip-hop. Perpaduan ini menciptakan tekstur musikal yang unik: kendang memberikan nuansa tradisional yang familiar bagi pendengar dangdut, sementara beat elektronik menghadirkan kesan modern yang dekat dengan selera Generasi Z. Dalam perspektif deskriptif kualitatif, kombinasi tersebut menunjukkan proses hibridisasi budaya, yaitu pertemuan antara unsur musik tradisional Indonesia dengan pengaruh musik global yang menghasilkan bentuk musikal baru.

Penelitian tersebut juga menegaskan bahwa hip-dut menjadi bukti bahwa musik tradisional dapat tetap hidup sekaligus menjangkau audiens yang sebelumnya kurang tertarik pada dangdut (Pangeran dkk., 2025). Dengan demikian, hip-dut dapat dipahami sebagai bentuk inovasi musik yang menjawab kebutuhan selera Generasi Z tanpa menghilangkan esensi dangdut itu sendiri.

Meskipun hip-dut mengadopsi unsur hip-hop, identitas budaya lokal tetap dipertahankan. Informan menegaskan bahwa unsur dangdut masih terasa melalui melodi, ritme, serta penggunaan lirik. Hal ini menunjukkan bahwa proses akulturasi dalam hip-dut tidak mengarah pada penghapusan identitas budaya lokal, melainkan pada pembaruan bentuk. Dengan demikian, hip-dut merupakan hasil adaptasi budaya yang memperbarui dangdut agar sesuai dengan perkembangan zaman tanpa menghilangkan karakter utamanya. Pandangan ini mencerminkan aspek penting dalam teori akulturasi Koentjaraningrat, yaitu tidak hilangnya kepribadian budaya asli dalam proses percampuran budaya (Putri, 2022).

3.2 TikTok sebagai Ruang Konsumsi dan Penyebaran Hip-Dut

Media sosial TikTok sebagai ruang praktik budaya digital yang memungkinkan proses akulturasi berlangsung secara lebih cepat. TikTok tidak hanya berfungsi sebagai saluran distribusi musik, tetapi juga sebagai ruang pertemuan budaya lokal dan global. Melalui sistem algoritma dan FYP, unsur hip-hop dan dangdut hadir secara bersamaan dalam satu ruang konsumsi budaya. Temuan penelitian menunjukkan bahwa TikTok menjadi media pertama yang memperkenalkan hip-dut kepada seluruh informan.

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Pangeran dkk., 2025), bahkan TikTok dianggap sebagai sarana utama dalam memperkenalkan musik-musik baru di kalangan Generasi Z. Hal ini sejalan dengan pandangan Storey dan Strinati bahwa budaya populer tidak dapat dilepaskan dari peran media dalam memproduksi dan menyebarkan budaya (Jayadi, 2022). Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian Maharani (2025), Abidin dkk (2025) dan Fatonah (2025) bahwa generasi Z melalui media sosial, khususnya Tiktok menjadikan hipdut sebagai budaya populer dan banyak dikonsumsi. Hal ini semakin ditegaskan oleh pernyataan Fairuz (2025) yang menyebutkan bahwa budaya populer berawal dari hubungan dengan media. Media menghasilkan budaya baru yang kemudian diserap oleh publik dan menjadi sebuah budaya populer.

Generasi Z tidak hanya sebagai konsumen pasif, tetapi juga sebagai aktor aktif dalam proses penyebaran hip-dut. Fenomena partisipasi pengguna dalam konten hip-dut di TikTok juga dapat dipahami melalui konsep **Fear of Missing Out (FOMO)** yang menjadi bagian dari dinamika budaya populer di era digital. FOMO merujuk pada perasaan khawatir atau takut tertinggal dari pengalaman sosial yang sedang populer sehingga mendorong individu untuk terus terhubung dan mengikuti tren yang berkembang di media sosial sesuai dengan karakteristik generasi Z (Hidayat dkk, 2025). Dalam konteks penelitian ini, partisipasi informan dalam membuat konten seperti **dance challenge, velocity video, maupun penggunaan lagu hip-dut yang sedang viral** menunjukkan adanya dorongan untuk ikut terlibat dalam tren yang sedang ramai diperbincangkan. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian Mardhatillah & Liyanto (2025) yang menjelaskan bahwa FOMO menjadi salah satu faktor yang mendorong individu untuk aktif memproduksi dan mengonsumsi konten di media sosial agar tetap menjadi bagian dari percakapan budaya populer di ruang digital.

Dalam perspektif budaya populer, FOMO tidak hanya memengaruhi pola konsumsi media, tetapi juga mendorong reproduksi konten secara masif oleh pengguna. Ketika sebuah lagu hip-dut menjadi viral di platform seperti TikTok, pengguna merasa terdorong untuk ikut membuat konten menggunakan lagu tersebut agar tidak tertinggal dari tren yang sedang berlangsung. Akibatnya, konten seperti dance challenge atau video dengan efek velocity terus diproduksi ulang oleh berbagai pengguna, sehingga mempercepat penyebaran lagu tersebut dan memperkuat posisinya sebagai bagian dari budaya populer digital. Partisipasi ini menunjukkan bahwa proses akulturasi tidak berhenti pada tahap penerimaan, tetapi berlanjut pada tahap penyebaran. Hal ini sejalan dengan penelitian (Maharani dkk., 2025) yang menekankan bahwa Generasi Z memiliki kreativitas tinggi dan mampu memanfaatkan teknologi sebagai sarana ekspresi diri serta penciptaan budaya populer.

Gambar 1. Tangkapan layar TikTok Stories Informan yang Menampilkan Potongan Lirik Lagu "Garam & Madu (Sakit Dadaku)"
(Sumber: Akun TikTok informan, 2025)

TikTok sebagai ruang berlangsungnya proses akulturasi budaya sekaligus medium komunikasi digital tempat berlangsungnya praktik konsumsi dan penyebaran musik hip-dut oleh Generasi Z TikTok. Unsur budaya global dan lokal tidak hanya bertemu, tetapi juga dikonsumsi dan disebarluaskan oleh Generasi Z melalui konten kreatif. Hal ini memperkuat pandangan bahwa media sosial dapat membentuk dan menyebarkan budaya populer di era digital (Jayadi, 2022).

3.3 Hip-Dut sebagai Budaya Populer pada Generasi Z

Hip-dut berkembang sebagai budaya populer Generasi Z melalui rangkaian proses yang berlangsung di TikTok. Hip-dut juga memenuhi ciri-ciri yang dikemukakan oleh John Storey yaitu berkembang sebagai tren yang ditandai oleh viralitas di media sosial (Jayadi, 2022). Lagu-lagu hip-dut digunakan secara luas dalam berbagai format konten seperti *dance challenge*, *velocity*, dan konten lainnya.

Gambar 2. Tangkapan layar TikTok Stories informan sebagai bentuk partisipasi konsumsi melalui konten *dance challenge* musik hip-dut.
(Sumber: Akun TikTok informan, 2025)

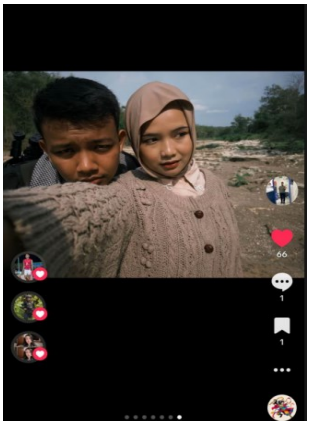
Gambar 3. Tangkapan layar TikTok Stories informan melalui konten *dance challenge* musik hip-dut
(Sumber: data pribadi penulis, 2025)

Selain penggunaan lagu sebagai latar konten, proses konsumsi dan penyebaran hip-dut juga terlihat melalui bentuk ekspresi visual yang ditampilkan oleh pengguna TikTok. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 2 dan Gambar 3, yang menunjukkan partisipasi informan dalam *dance challenge* menggunakan musik hip-dut. *Dance challenge* merupakan bentuk partisipasi budaya digital di mana pengguna menirukan gerakan tarian tertentu yang sedang viral dengan menggunakan potongan lagu tertentu. Pada konteks hip-dut, gerakan yang ditampilkan memperlihatkan perpaduan antara gaya tarian dangdut yang identik dengan gerakan pinggul dan tangan yang ritmis dengan **gera**kan hip-hop yang lebih energik seperti *body wave*, *popping*, atau *step* ritmis mengikuti *beat***.** Perpaduan gerakan tersebut menjadi representasi visual dari proses akulturasi antara budaya lokal dan global yang terjadi dalam musik hip-dut.

Selain tarian, unsur visual lain yang tampak dalam konten tersebut adalah gaya berpakaian atau fashion yang digunakan oleh kreator**,** yang dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi artifaktual (Yessica, 2025)**.** Komunikasi artifaktual merujuk pada pesan yang disampaikan melalui atribut visual seperti pakaian, aksesoris, dan penampilan fisik. Dalam beberapa konten hip-dut di TikTok, pengguna sering memadukan elemen streetwear yang identik dengan budaya hip-hop, seperti hoodie, sneakers, atau kaos oversized, dengan gaya ekspresif yang sering ditemukan dalam pertunjukan dangdut. Perpaduan tersebut menunjukkan bahwa akulturasi budaya tidak hanya terjadi pada aspek musik, tetapi juga pada representasi visual dan identitas yang ditampilkan oleh Generasi Z di media sosial**.**

Gambar 4. Tangkapan layar TikTok Stories informan melalui konten velocity musik hip-dut
(Sumber: data pribadi penulis, 2025)

Sementara itu, Gambar 4 menunjukkan bentuk partisipasi lain melalui konten velocity. Velocity merupakan format video di TikTok yang memanfaatkan efek percepatan atau perubahan tempo visual sehingga gerakan video tampak mengikuti ritme musik secara dramatis. Format ini sering digunakan dalam konten musik yang sedang viral karena mampu menonjolkan bagian tertentu dari lagu. Dalam konteks hip-dut, penggunaan velocity memperkuat daya tarik ritme musik yang menggabungkan beat hip-hop dengan ketukan dangdut, sehingga membuat konten lebih dinamis dan menarik untuk ditonton.



Gambar 5. Tangkapan layar TikTok Feed informan sebagai bentuk partisipasi dalam tren konten
(Sumber: dokumentasi peneliti, 2025)

Adapun Gambar 5 memperlihatkan partisipasi informan dalam tren konten yang muncul di feed TikTok. Hal ini menunjukkan bahwa penyebaran hip-dut tidak hanya terjadi melalui konsumsi lagu, tetapi juga melalui reproduksi konten oleh pengguna yang mengikuti tren yang muncul di For You Page (FYP)**.** Mekanisme ini memperlihatkan bagaimana algoritma TikTok mempercepat proses penyebaran budaya populer dengan menampilkan konten yang serupa secara berulang kepada pengguna.

Dengan demikian, gambar-gambar pada subbab ini tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi visual, tetapi juga menunjukkan bagaimana akulturasi musik hip-dut dimediasi melalui praktik budaya digital di TikTok, mulai dari tarian, gaya berpakaian, hingga format konten seperti dance challenge dan velocity yang diproduksi dan disebarluaskan oleh Generasi Z.

Kesamaan pola konsumsi terlihat dari perilaku informan yang cenderung mengikuti tren yang sering muncul di *For You Page* (FYP). Melalui mekanisme algoritma dan *For You Page* (FYP), TikTok menjadi ruang di mana lagu-lagu hip-dut muncul secara berulang dan membentuk kesamaan pola konsumsi musik di kalangan Generasi Z. Hal tersebut sejalan dengan teori budaya populer John Storey yang menyatakan karya yang populer dan kemudian ditiru secara luas, sering kali menjadi inspirasi bagi karya-karya berikutnya (Jayadi, 2022).

Selain sebagai tren, hip-dut juga menunjukkan kemampuan adaptasi yang tinggi. Fleksibilitas lagu-lagu hip-dut dalam berbagai format konten membuat genre ini mudah diterima dan terus digunakan ulang oleh Generasi Z. Kondisi ini sesuai dengan ciri budaya populer yang dikemukakan oleh John Storey, yaitu mudah diterima, diingat, dan dapat dikombinasikan dengan tren atau format konten lain (Jayadi, 2022).

Gambar 6. Tangkapan layar TikTok Stories informan yang menampilkan potongan lirik lagu "Bintang 5"
(Sumber: Akun TikTok informan, 2025)

Hip-dut menunjukkan potensi keberlanjutan sebagai hasil proses akulturasi musik yang tidak berhenti pada satu siklus *viral*, selama terus diproduksi dan digunakan ulang dalam berbagai konten. Temuan penelitian menunjukkan bahwa keberlanjutan tersebut terbentuk melalui praktik produksi dan penggunaan ulang lagu-lagu hip-dut yang terus berlangsung di TikTok. Selama musik hip-dut terus dikembangkan, dikreasikan, dan digunakan kembali dalam berbagai konten digital, proses penyebarannya tetap berlanjut dan memperkuat posisinya sebagai budaya populer di kalangan Generasi Z.

Proses ini sejalan dengan penelitian (Pangeran dkk., 2025) yang menyatakan bahwa hip-dut membuka pintu baru bagi generasi muda untuk mengenal dangdut dalam format yang lebih kekinian, sekaligus memperluas jangkauan audiens dangdut. Bukti keberhasilan upaya pelestarian budaya dapat dilihat dari banyak anak muda yang tertarik untuk mempelajari lebih lanjut (Almasykur, 2024).

Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa hip-dut terbentuk melalui proses akulturasi musik antara unsur budaya global dan lokal yang berlangsung secara bertahap melalui TikTok. Proses tersebut mencakup tahap pengenalan, penerimaan unsur musik hip-hop, konsumsi penggunaan, hingga penyebaran sehingga bertahan sebagai budaya populer pada Generasi Z melalui TikTok. Dengan demikian, rumusan masalah penelitian ini telah terjawab melalui penjelasan mengenai rangkaian proses akulturasi musik hip-dut sebagai budaya populer pada Generasi Z melalui TikTok.

IV. KESIMPULAN

Musik hip-dut terbentuk melalui proses akulturasi antara musik dangdut sebagai budaya lokal dan hip-hop sebagai budaya global yang berlangsung secara bertahap melalui TikTok. Proses akulturasi ini tidak terjadi secara instan, melainkan melalui rangkaian tahapan yang saling berkelanjutan dan melibatkan Generasi Z sebagai audiens sekaligus pengguna media sosial TikTok. Proses tersebut diawali dari tahap pengenalan musik hip-dut yang terjadi melalui paparan berulang lagu-lagu hip-dut di For You Page (FYP) TikTok. Paparan yang berulang ini membangun kebiasaan mendengar sehingga hip-dut menjadi dikenal dan semakin familiar di kalangan Generasi Z.

Tahap selanjutnya ditandai dengan penerimaan dan pengolahan unsur musik hip-hop ke dalam struktur musik dangdut. Unsur hip-hop seperti beat modern dan lirik rap diterima secara selektif karena dianggap sesuai dengan selera Generasi Z, sementara unsur dangdut tetap dipertahankan melalui melodi, ritme, dan penggunaan lirik. Proses ini menunjukkan bahwa unsur budaya global tidak menggantikan budaya lokal, melainkan menghasilkan bentuk musik baru yang adaptif terhadap perkembangan zaman tanpa menghapus karakter utama dangdut.

Proses akulturasi tersebut berlanjut pada tahap penggunaan dan penyebaran musik hip-dut melalui TikTok. Generasi Z terlibat dalam penggunaan lagu hip-dut sebagai latar berbagai konten digital, yang mendorong penyebaran dan memperluas jangkauan musik hip-dut di TikTok. Melalui mekanisme algoritma dan FYP TikTok, lagu-lagu hip-dut beredar secara luas dan membentuk kesamaan pola konsumsi di kalangan Generasi Z.

Rangkaian proses pengenalan, penerimaan, konsumsi penggunaan, dan penyebaran tersebut mendorong hip-dut berkembang sebagai budaya populer pada Generasi Z. Hip-dut berkembang sebagai tren yang ditandai oleh viralitas, kemampuan adaptasi terhadap berbagai format konten, serta keberlanjutan penggunaan di TikTok. Keberlanjutan ini menunjukkan bahwa proses akulturasi musik hip-dut tidak berhenti pada satu siklus viral, melainkan memiliki potensi untuk terus berlanjut melalui praktik konsumsi dan penyebaran yang dilakukan oleh Generasi Z hingga memperkuat posisinya sebagai budaya populer di ruang media sosial TikTok.

REFERENSI

Abidin, R. M. A. D., Nugroho, D. R., Ulya, E. D., & M. (2025). Hubungan konsumsi konten TikTok akun @tenxitenxi terhadap minat musik hipdut pada Generasi Z. Retorika. *Jurnal Komunikasi, Sosial, Dan Ilmu Politik*, *2*(3), 57–67.

Almasykur, M. Z. (2025). Poetry Battle Jogja Hip-Hop Foundation. *KARMAWIBANGGA Historical Studies Journal*, *7*(1), 31–39. https://doi.org/10.31316/karmawibhangga.v7i01.7321

Fairuz, F. D. (2025). MAKNA SIMBOLIK LAMBANG ONE PIECE PADA MOMENT HARI KEMERDEKAAN RI KE-80 TAHUN : ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES. *KOMUNIKATA57*, *6*(2), 190–199. https://doi.org/https://doi.org/10.55122/kom57.v6i2.1808

Farihah, A. (2025). *Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Budaya Generasi Muda*. UIN JKT. https://fah.uinjkt.ac.id/id/peran-media-sosial-dalam-pembentukan-identitas-budaya-generasi-muda

Fatonah, A. R., Ardiantika, F. N., Safitri, K., & Santoso, F. Z. (2025). NDX AKA SEBAGAI REPRESENTASI BUDAYA POP PINGGIRAN : KAJIAN EKSISTENSI DALAM LANSKAP DIGITAL. *Seminar Nasional Teknologi Cetak Dan Media Kreatif*, *4*, 140–146.

Gabriela, M., & Yuliastuti, D. (2024). *Koentjaraningrat: Bapak Antropologi Lintas Zaman Asal Indonesia*. Tempo.Co. https://www.tempo.co/politik/koentjaraningrat-bapak-antropologi-lintas-zaman-asal-indonesia-97415

Ginting, T. L. (2025). *Genre Musik "Hipdut" Jadi Peluang Indonesia Bawa Musik Lokal Bersaing di Ranah Dunia*. CXOMEDIA.ID. https://www.cxomedia.id/art-and-culture/20251105165832-24-181748/genre-musik-hipdut-jadi-peluang-indonesia-bawa-musik-lokal-bersaing-di-ranah-dunia

Hidayat, R., Mulya, A., Ikram, D., & Pratama, D. (2025). Strategi Komunikasi Content Creator Di Tiktok Dalam Membangun Interaksi Dengan Audiens Gen Z Penulis 1). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *6*(2), 208–215. https://doi.org/https://doi.org/10.55122/kom57.v6i2.1827

Indra Nugroho, A. G., Ono, D. K., & Nugroho, D. R. (2025). Pengaruh Terpaan Film Ngeri-Ngeri Sedap Terhadap Sikap Keterbukaan Generasi Z Dengan Orang Tua Di Kabupaten Bogor. *Komunikata57*, *6*(1), 31–41. https://doi.org/10.55122/kom57.v6i1.1540

Jayadi, S. (2022). *Konsep Dasar Sosiologi Budaya: Definisi dan Teori*. Pustaka Egaliter.

Kamil, R., & Laksmi. (2023). Generasi Z, Pustakawan, dan Vita Activa Kepustakawanan. *BACA: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 25–34. https://doi.org/10.55981/baca.2023.1119

Koenjaraningrat. (2005). *Pengantar Antropologi 1*. PT. Rineka Cipta.

Kriyantono, R. (2020). *Teknik Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Prenamedia group.

Maharani, A. P., Widiyanarti, T., Meilina, A., Lestari, D. A., & Aidilia, Z. (2024). Kebudayaan Gen Z: Kekuatan Kreativitas di Era Digital. *Indonesian Culture and Religion Issues*, *2*(1), 10. https://doi.org/10.47134/diksima.v2i1.120

Mardhatillah, D. (2025). Pengaruh Fomo Dan Sosial Media Terhadap Financial Behavior Nctzen Melalui F anaticism Dalam Pembelian Album Dan Merchandise. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Organisasi*, *03*(02), 130–144. https://doi.org/https://doi.org/10.32528/ektasi.v3i2.3949

Masruroh, B., Deffinika, I., Ningrum, V. S., Anugrah, P., & Maysa, F. (2023). Analisis Google Trends: Akulturasi budaya melalui musik Kpop di Indonesia. *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, *3*(7), 711–716. https://doi.org/10.17977/um063v3i7p711-716

Mofun, C. P. Y. (2024). Menemukan Konsep Basilea dalam Lagu Tupac Shakur Ghetto Gospel. *Theologia in Loco*, *6*(1), 21–44. https://doi.org/10.55935/thilo.v6i1.279

MPR, R. (2025). *Ketua MPR Dukung Dangdut Jadi Warisan Tak Benda Asli Indonesia oleh UNESCO*. https://mpr.go.id/berita/Ketua-MPR-Dukung-Dangdut-Jadi-Warisan-Tak-Benda-Asli-Indonesia-oleh-UNESCO#:~:text=Dangdut telah menjadi bagian dalam,oleh UNESCO%2C%22 tutup Muzani.

Nugraha, A. V. (2025). *Hipdut, Genre Baru yang Bikin Gen Z Ketagihan Dangdut*. Yoursay Suara.Com. https://yoursay.suara.com/kolom/2025/09/10/161444/hipdut-genre-baru-yang-bikin-gen-z-ketagihan-dangdut

Nurrohman, Nasruddin Suyuti, & Paramitha Purwitasari. (2024). Proses Akulturasi Dalam Komunikasi Antarbudaya. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, *2(2)*(2), 205. https://jurnal.unusultra.ac.id/index.php/jisdik/article/view/190

Pangeran, N., Putri, D., Pramudika, S. S., & Lumbanraja, V. I. (2025). Unsur Musik Lagu Garam dan Madu sebagai Evolusi Musik Dangdut. *Jurnal Kultur*, *4*(2), 432–442. http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/kultur

Prastacka, A. P. (2024). *Media Sosial: Musuh Terbesar Budaya Lokal?* Kumparan.Com. https://kumparan.com/floshq/media-sosial-musuh-terbesar-budaya-lokal-23Rf0A6urDE

Putra, Y. D., & Junita, D. (2024). Realitas Keterlibatan Gen Z dalam Media Sosial Tiktok Perspektif

Sosiokultural. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *4*(1), 33–55. https://www.journal.uml.ac.id/index.php/IRE/article/view/2746

Putri, V. K. (2022). *7 Definisi Akulturasi Menurut Para Ahli*. Kompas.Com. https://www.kompas.com/skola/read/2022/12/19/090000669/7-definisi-akulturasi-menurut-para-ahli

Qaniah, A. P. (2025). *Mengenal Hipdut, Genre Musik Hits ala Indonesia 2025*. RRI.Co.Id. https://rri.co.id/lhokseumawe/hiburan/1855979/mengenal-hipdut-genre-musik-hits-ala-indonesia-2025#google_vignette

Rahim, A. W. A. (2024). Dominasi Budaya Populer: Penguatan Nilai-Nilai Budaya Melalui Pemanfaatan Media Sosial. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, *18*(4), 2364. https://doi.org/10.35931/aq.v18i4.3530

Ramadhan, B. G., & Wulandari, S. (2023). Hibriditas Bentuk penyajian Musik Dangdut Sagita Di Kecamatan Pace Kabupaten Nganjuk (Kajian Estetika Musik). *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, *6*(1), 36–42. https://doi.org/10.30998/vh.v6i1.8900

Regita, A. Z. (2025). Analisis Perilaku Generasi X. *IKRAITH-HUMANIORA*, *9*(1), 393–402. https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora

Ridwan, A. (2025). *7 Genre Musik Paling Populer Bagi Anak Muda Indonesia pada 2025*. Katadata.Co.Id. https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/68d0aec932d98/7-genre-musik-paling-populer-bagi-anak-muda-indonesia-pada-2025

Sajidah, D., & Sari, R. P. (2025). Analisis Persepsi Penggemar K-Pop terhadap Hibriditas Musik Dangdut dan K-Pop pada Acara "Dangdut K-Pop 29THER." *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, *5*(1). https://doi.org/10.20885/cantrik.vol5.iss1.art5

Sari, N. M. (2024). *Fungsi Musik dalam Kehidupan: Mengungkap Peran Penting Seni Suara*. Liputan6. https://www.liputan6.com/feeds/read/5827814/fungsi-musik-dalam-kehidupan-mengungkap-peran-penting-seni-suara?

Solihannoer, A. (2025). *Hip-dut Meroket, Musik Baru Gen Z*. Ecoin.Co. https://www.ekoin.co/2025/09/24/55498/hiburan/hip-dut-meroket-musik-baru-gen-z

Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Yessica, Y., & Utami, L. S. S. (2025). Peran Komunikasi Artifaktual dalam Membangun Identitas Visual dan Budaya Mahasiswa Fashion di Burgo Indonesia. *Kiwari*, *4*(2), 328–335. https://doi.org/10.24912/ki.v4i2.34990