

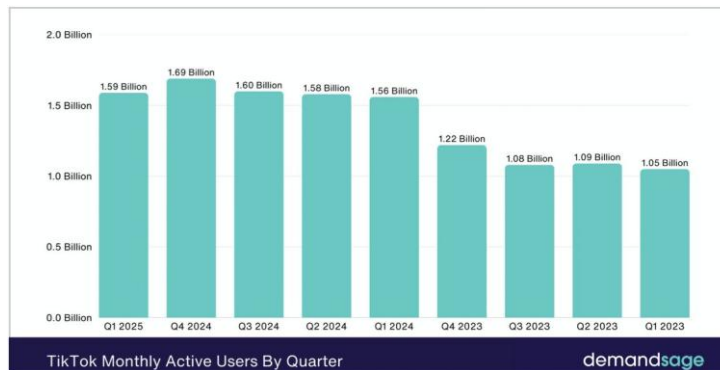
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media sosial dalam lima tahun terakhir menunjukkan perubahan signifikan dalam cara masyarakat memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi konten digital. Salah satu platform yang mengalami pertumbuhan paling pesat adalah TikTok. Awalnya dikenal sebagai aplikasi berbagi video pendek berbasis hiburan, TikTok kini berkembang menjadi ruang komunikasi digital yang membentuk tren budaya populer secara global. Karakteristik utamanya terletak pada sistem algoritma berbasis minat (*For Your Page*) yang memungkinkan konten menjangkau audiens luas tanpa bergantung pada jumlah pengikut. Model distribusi ini menjadikan TikTok berbeda dari platform lain seperti Instagram yang lebih menekankan jaringan pertemanan dan relasi sosial (Pratiwi & Nuraeni, 2023).

Seiring perkembangan media sosial, TikTok telah menjadi salah satu platform digital paling dominan di dunia, dengan sekitar 1,59 miliar pengguna aktif bulanan secara global pada 2025, menandakan bahwa pada 2024 pengguna aktifnya telah melampaui angka 1,5 miliar. Indonesia secara konsisten menempati posisi kedua pengguna terbanyak di dunia, di mana konten musik menjadi tulang punggung dari hampir setiap video yang diunggah (Shubham Singh, 2026).



Gambar 1. 1 Data Jumlah Pengguna Tiktok 2023-2025

Sumber : Demansage.com

TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai media pembentuk tren, termasuk tren music (Ismail, 2025). Dalam beberapa tahun terakhir, pola viralitas lagu mengalami pergeseran yang dimana lagu tidak lagi populer semata melalui radio atau televisi, melainkan melalui potongan audio yang digunakan berulang dalam konten kreator. Laporan industri musik global juga mencatat bahwa platform video pendek berkontribusi signifikan terhadap penemuan lagu baru oleh generasi muda (Mardana Andi, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa TikTok berperan sebagai ekosistem distribusi musik yang partisipatif.

Salah satu elemen kunci dalam distribusi musik tersebut adalah penggunaan *back sound*. Dalam konteks TikTok, audio bukan sekadar pelengkap visual, melainkan pusat dari konstruksi makna konten. Lagu yang digunakan sebagai latar suara dapat membangun suasana emosional, memperkuat pesan, serta meningkatkan potensi keterlibatan audiens. (Hu & Sun, 2025) menjelaskan bahwa dalam ekonomi atensi digital, audio viral memiliki daya tarik tersendiri karena mudah direproduksi dan dimodifikasi

oleh pengguna lain. Oleh karena itu, pemilihan lagu sebagai back sound menjadi strategi penting dalam menciptakan konten yang berpotensi viral. Selain itu, pemanfaatan back sound dalam konten TikTok juga menunjukkan bagaimana audio dapat berfungsi sebagai media utama dalam membentuk tren dan mempengaruhi pola konsumsi konten oleh pengguna.

TikTok berperan penting sebagai media untuk menemukan informasi baru yang mampu memperkenalkan lagu baru atau lagu lama kepada audiens luas melalui fitur *For Your Page* (FYP), di mana klip audio berdurasi pendek dijadikan sound untuk video pengguna. Dari data terbaru yang ada pada newsroomtiktok.com terdapat sekitar 84 % lagu yang masuk ke *Billboard Global 200* pada 2024 mengalami lonjakan popularitas terlebih dahulu melalui TikTok sebelum mencapai tangga lagu tersebut, menunjukkan peran besar platform ini dalam mempengaruhi distribusi musik secara komersial dan sosial. Selain itu, fitur algoritma pada TikTok memungkinkan sebuah lagu untuk tersebar secara masif dalam waktu singkat melalui interaksi pengguna yang berulang. Hal ini menunjukkan bahwa viralitas lagu di TikTok tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas musik, tetapi juga oleh bagaimana lagu tersebut digunakan dan didistribusikan dalam berbagai bentuk konten oleh pengguna.

Dari segi komunikasi pemasaran musik, format musik + video pendek di TikTok telah menciptakan strategi baru dalam promosi musik, di mana penggunaan klip lagu yang mudah diingat dan berpotensi viral menjadi taktik penting bagi musisi dan label rekaman untuk memperluas

jangkauan audiens. Strategi pemasaran musik melalui TikTok mulai menggeser cara pendekatan tradisional ke arah pemasaran yang lebih luas dan berbasis algoritma, di mana preferensi dan interaksi pengguna memengaruhi apa yang menjadi populer (Zhang, 2024). TikTok telah mengalami transformasi dari sebuah platform video pendek menjadi salah satu media distribusi musik yang sangat berpengaruh dalam industri musik global. Perubahan ini ditandai oleh cara konsumsi musik yang tidak lagi bergantung sepenuhnya pada radio atau televisi, melainkan pada konten kreatif yang berkembang secara viral di platform digital.

Selain TikTok, platform YouTube juga memiliki peran penting dalam mendukung distribusi dan popularitas musik hipdut. YouTube menyediakan akses terhadap lirik lagu secara lebih lengkap, baik dalam bentuk video musik resmi maupun kompilasi dalam playlist yang dikurasi oleh pengguna. Keberadaan playlist ini mempermudah peneliti dalam mengidentifikasi lagu-lagu hipdut yang populer dan relevan dengan periode penelitian. Dengan demikian, kombinasi antara TikTok sebagai media viralitas dan YouTube sebagai media distribusi utama memberikan gambaran yang lebih komprehensif terhadap fenomena musik hipdut di era digital.

Secara historis, kemunculan hipdut tidak terlepas dari pesatnya perkembangan industri musik digital dan media sosial yang mendorong musisi muda bereksperimen menggabungkan berbagai genre musik. Perpaduan unsur hip hop dan dangdut semakin populer ketika beberapa lagu

menjadi viral di platform digital, salah satunya lagu “Garam & Madu (Sakit Dadaku)” yang dipopulerkan oleh Tenxi, Naykilla, dan Jemsii pada tahun 2024. Lagu tersebut berhasil mencuri perhatian masyarakat dan viral di berbagai platform media sosial, khususnya TikTok. Popularitas tersebut juga tercermin dari video musik resminya di YouTube yang telah ditonton lebih dari 192 juta kali, serta penampilan Naykilla yang mampu menarik perhatian puluhan ribu penonton pada berbagai konser dan festival musik. Tingginya antusiasme masyarakat terhadap lagu ini menunjukkan bahwa Garam & Madu (Sakit Dadaku) memiliki jangkauan audiens yang luas dan menjadi salah satu karya hipdut yang berpengaruh dalam perkembangan tren musik di media digital.

Karakteristik musik hipdut dapat dilihat dari perpaduan unsur musikal dan penggunaan bahasa dalam liriknya. Secara musikal, hipdut memadukan beat elektronik dan ritme hip hop dengan pola ritme dangdut yang khas, serta sering menampilkan kombinasi antara bagian rap dan nyanyian dengan teknik vokal dangdut. Perpaduan tersebut menciptakan dinamika musik yang unik karena menggabungkan unsur modern dan tradisional. Tren ini juga menunjukkan bahwa dangdut sebagai musik lokal tidak hilang, melainkan bertransformasi melalui hipdut sehingga lebih relevan bagi generasi muda dan semakin populer di platform musik digital (Nariswari, 2025).

Salah satu yang membuat music hipdut menarik selain karakteristik dari perpaduan ritme dan gaya musikalnya adalah dari penggunaan bahasa

dalam lirik lagu yang cenderung variatif. Banyak lagu hipdut tidak hanya menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa utama, tetapi juga memadukan berbagai bahasa daerah seperti bahasa Jawa dan Sunda. Selain itu, dalam beberapa lagu hipdut juga ditemukan penggunaan bahasa asing, khususnya bahasa Inggris, yang sering disisipkan dalam bentuk kata, maupun ungkapan tertentu untuk menyesuaikan dengan gaya musik modern dan tren budaya populer global.

Melalui fenomena tersebut, diperlukan batasan yang jelas mengenai objek penelitian agar analisis dapat dilakukan secara terarah. Penelitian ini difokuskan pada lagu hipdut original, yaitu lagu yang sejak awal diproduksi dengan memadukan unsur dangdut dan hip-hop dalam komposisi musiknya, bukan lagu dari genre lain yang kemudian di-remix menjadi bergaya hipdut.

Popularitas musik hipdut di TikTok juga tidak terlepas dari karakteristik pengguna platform tersebut yang didominasi oleh generasi muda. Kelompok ini cenderung aktif dalam menciptakan dan menyebarkan tren melalui konten kreatif, sehingga mempercepat proses viralitas suatu lagu. Fenomena ini memperlihatkan bahwa TikTok menjadi media efektif dalam memperkenalkan lagu baru sekaligus memperluas eksposur bahasa daerah kepada audiens yang lebih luas (Rustanta, 2023). Lalu juga menunjukkan bahwa distribusi musik di era digital semakin bergantung pada partisipasi pengguna dalam menciptakan dan menyebarkan tren melalui konten yang mereka produksi.

Peneliti menelusuri lagu-lagu hipdut original yang populer pada periode 2024–2026 melalui platform TikTok dengan memanfaatkan fitur

pencarian hashtag yang tersedia pada platform tersebut. Penelusuran dilakukan dengan menggunakan beberapa tagar yang berkaitan dengan genre hipdut, di antaranya #hipdut, #hipdutjawa, #hipdutsunda, #hipdutinggris #hipdut2024, #hipdut2025 dan #hipdut2026. Penggunaan beberapa tagar tersebut bertujuan untuk memperluas jangkauan pencarian data sehingga lagu-lagu hipdut yang ditemukan tidak terbatas pada satu kategori atau penyebutan saja, mengingat dalam praktiknya pengguna TikTok sering menggunakan variasi tagar yang berbeda untuk mengelompokkan atau mempopulerkan konten musik tertentu. Melalui penelusuran berbagai tagar tersebut, peneliti dapat mengidentifikasi sejumlah lagu hipdut yang beredar dan digunakan sebagai latar suara (*sound*) dalam berbagai konten video pada periode penelitian.

Meskipun fenomena musik hipdut di TikTok terus berkembang, kajian akademik yang secara khusus menganalisis isi lirik musik hipdut melalui pendekatan analisis isi kuantitatif masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada strategi promosi musik, mekanisme viralitas konten, maupun proses penyebaran lagu di media sosial. Sementara itu, penelitian yang mengkaji karakteristik isi lirik musik hipdut secara sistematis, seperti penggunaan bahasa, tema, gaya ekspresi, serta penggunaan bahasa vulgar dalam lirik, masih belum banyak dilakukan. Padahal, analisis terhadap isi lirik penting dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai kecenderungan pesan yang disampaikan

dalam musik hipdut sebagai salah satu bentuk musik populer di media digital.

Seiring dengan perkembangan yang terus berlanjut, fenomena musik hipdut tidak hanya terjadi pada periode 2024–2025, tetapi juga menunjukkan keberlanjutan hingga tahun 2026. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan periode 2024–2026 untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai perkembangan musik hipdut di platform TikTok. Pada periode tersebut, berbagai lagu hipdut banyak digunakan sebagai latar suara dalam konten joget, *lip sync*, maupun konten hiburan lainnya. Selain itu, algoritma TikTok turut berperan dalam mempercepat penyebaran lagu melalui penggunaan audio secara berulang oleh pengguna, sehingga musik hipdut semakin dikenal dan berkembang sebagai bagian dari tren musik digital.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya mengidentifikasi karakteristik isi lirik musik hipdut secara sistematis melalui pendekatan analisis isi kuantitatif. Selama ini, pembahasan mengenai musik hipdut lebih banyak menyoroti aspek viralitas dan popularitasnya di media sosial, sedangkan kajian yang mengidentifikasi isi liriknya secara terukur masih relatif terbatas. Melalui analisis isi kuantitatif, penelitian ini dapat menggambarkan kecenderungan penggunaan bahasa, tema, gaya ekspresi, serta penggunaan bahasa vulgar yang terdapat dalam lirik musik hipdut. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi

empiris dalam pengembangan kajian analisis isi terhadap musik populer di media digital.

Lirik lagu sebagai bentuk komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana penyampaian pesan, ekspresi, serta representasi berbagai fenomena sosial yang berkembang di masyarakat. Oleh karena itu, analisis terhadap isi lirik menjadi penting untuk memahami kecenderungan pesan yang disampaikan dalam musik hipdut. Melalui identifikasi frekuensi kemunculan setiap kategori yang telah ditetapkan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai karakteristik isi lirik musik hipdut yang berkembang di platform TikTok pada periode 2024–2026.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah yang menjadi focus penelitian ini adalah “Bagaimana Karakteristik Isi Lirik Musik Hipdut Di Tiktok Periode 2024–2026?”

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan identifikasi latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Bagaimana Unsur Lirik Musik Hipdut Di Tiktok Periode 2024–2026?”

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Menambah referensi akademik mengenai penggunaan metode analisis isi kuantitatif dalam mengkaji lirik musik sebagai bentuk komunikasi di media digital.
2. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian Ilmu Komunikasi, khususnya pada bidang analisis isi, komunikasi media digital, dan musik sebagai media penyampaian pesan.
3. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji karakteristik isi lirik musik populer, khususnya musik hipdut di platform TikTok maupun media digital lainnya.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Memberikan gambaran kepada masyarakat, khususnya pengguna media sosial, mengenai karakteristik isi lirik musik hipdut yang berkembang di platform TikTok.
2. Menjadi referensi bagi musisi, kreator konten, dan pelaku industri musik dalam memahami karakteristik penggunaan bahasa, tema, dan bentuk penyampaian pesan dalam lirik musik hipdut di media digital. Menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji lirik musik populer, khususnya musik hipdut, melalui pendekatan analisis isi kuantitatif.