

Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Popularitas Musik Jawa di Kalangan Generasi Muda

Herni Retnowati^{1*}, Octo Dendy Andriyanto²,

^{1,2} Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

Email : herniretnowati09@gmail.com¹, octoandriyanto@unesa.ac.id²

Alamat: Jl. Pilang Sakti RT 10 RW 3 Kota Madiun 63119 Jawa Timur - Indonesia

Korespondensi penulis: herniretnowati09@gmail.com *

Abstract. *This article discusses the role of social media in increasing the popularity of Javanese music among the younger generation, against the backdrop of concerns about the decline of local culture amidst the dominance of global culture. The viral phenomenon of Javanese songs such as Satru, Widodari, and Sinarengan is an entry point to understand how local content is able to gain a place in digital popular culture. This study aims to analyze how the younger generation uses social media as a means to disseminate Javanese music and how this process contributes to the preservation and transformation of traditional culture. The method used is a literature study, by reviewing various sources such as scientific articles, online media reports, and relevant digital content. The results of the study show that the combination of Javanese lyrics and a modern presentation style is the main attraction that is able to reach a wider audience. The younger generation is not only a passive consumer, but also acts as a producer of culture by making song covers, short videos on platforms such as TikTok and YouTube, and creating new digital trends. This practice reflects a culture that is increasingly prominent in the era of social media. The role of social media has been proven to be significant in popularizing Javanese music, expanding its reach and making it part of the digital identity of the younger generation. This phenomenon shows that Javanese music is not only able to survive, but also develop through creativity that is relevant to the lifestyle of today's young generation.*

Keywords: *Javanese music, popular culture, social media, young generation*

Abstrak. Artikel ini membahas peran media sosial dalam meningkatkan popularitas musik Jawa di kalangan generasi muda, dengan latar belakang kekhawatiran akan menurunnya eksistensi budaya lokal di tengah dominasi budaya global. Fenomena viralnya lagu-lagu berbahasa Jawa seperti Satru, Widodari, dan Sinarengan menjadi titik masuk untuk memahami bagaimana konten lokal mampu mendapatkan tempat dalam budaya populer digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana generasi muda memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menyebarluaskan musik Jawa dan bagaimana proses tersebut berkontribusi pada pelestarian serta transformasi budaya tradisional. Metode yang digunakan adalah studi literatur, dengan mengkaji berbagai sumber seperti artikel ilmiah, laporan media daring, dan konten digital yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa perpaduan antara lirik berbahasa Jawa dan gaya penyajian yang modern menjadi daya tarik utama yang mampu menjangkau audiens yang lebih luas. Generasi muda tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga bertindak sebagai produsen budaya dengan membuat *cover* lagu, video pendek di *platform* seperti *TikTok* dan *YouTube*, serta menciptakan tren digital baru. Praktik ini mencerminkan budaya yang semakin menonjol di era media sosial. Peran media sosial terbukti secara signifikan dalam memopulerkan musik Jawa, memperluas jangkauannya dan menjadikannya bagian dari identitas digital generasi muda. Fenomena ini menunjukkan bahwa musik Jawa tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang melalui kreatifitas yang relevan dengan gaya hidup generasi muda masa kini.

Kata kunci: budaya populer, generasi muda, media sosial, musik Jawa

I. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk cara memproduksi, menyebarkan, dan mengonsumsi musik tradisional seperti musik Jawa. Musik Jawa, yang berasal dari daerah Jawa dan menggunakan bahasa Jawa, kini tidak lagi berada di pinggiran. Transformasi zaman dan kemunculan media sosial telah membuka

ruang baru bagi musik Jawa untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, sehingga popularitas lagu-lagu Jawa meningkat, banyak dinyanyikan oleh generasi muda, dan menjadi tren di media sosial. Media sosial telah menjadi sarana promosi yang efektif bagi musik Indonesia, memungkinkan musisi untuk membangun basis penggemar yang kuat melalui interaksi langsung di platform digital seperti *YouTube*, *Instagram*, dan *WhatsApp*. Studi mereka menunjukkan bahwa grup musik Sendau Gurau berhasil memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan karya-karya mereka secara berkelanjutan, menarik perhatian pengguna media sosial, dan meningkatkan apresiasi terhadap musik lokal (Muhammad & Rachman, 2020).

Media Sosial, seperti *YouTube*, *TikTok* dan *Instagram* merupakan *platform* digital yang mempunyai jejaring sangat luas, memungkinkan interaksi yang mudah dan canggih antar pengguna. Di Indonesia, media jejaring sosial tersebut sudah memiliki banyak pengguna terutama para generasi muda (Syaiquddin, 2024). Selain itu, media sosial memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi termasuk musik Jawa. Musik Jawa yang dulunya hanya bisa mendengar di radio dan melihat di televisi kini masyarakat dapat menikmatinya melalui platform digital, terutama *Youtube*. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan musik Jawa semakin luas dan menggugah ruang gerak para generasi muda untuk mengeksplorasi genre musik yang menggunakan bahasa Jawa tersebut sehingga menjadikan lagu Jawa semakin dikenal, *trending* dan viral.

Musik Jawa sebagai warisan budaya lokal mengalami perubahan di tangan generasi muda. Secara kreatif, musisi seperti Denny Caknan dan Ndarboy Genk telah berhasil menciptakan lagu-lagu berbahasa Jawa dengan aransemen modern yang menyentuh aspek emosional bagi para pendengar. Laksono (2020) mengungkapkan bahwa integrasi unsur lokal dalam musik populer tidak hanya memperkaya khazanah budaya tetapi juga memperkuat identitas dalam derasnya globalisasi. Selain itu, musik berbahasa Jawa bukan hanya hiburan, melainkan juga sarana pendidikan dan pelestarian nilai-nilai budaya (Widayati et al., 2023). Penelitian Widayati et al menunjukkan bahwa lagu-lagu anak berbahasa Jawa sarat dengan nilai-nilai luhur, keindahan, budi pekerti, moral, etika, sosial, dan religius, yang mencerminkan kekayaan budaya lokal yang perlu dilestarikan.

Dalam beberapa tahun terakhir, musik yang menggunakan lirik berbahasa Jawa mengalami peningkatan ditengah arus budaya digital. Hal ini menunjukkan, para musisi lokal tidak hanya menonjolkan kreativitasnya saja akan tetapi juga bagaimana nilai budaya tradisional dapat berkembang pada media sosial. Budaya populer merupakan ruang dimana kekuatan dominan dan bentuk perlawanan saling berinteraksi secara dinamis dalam kehidupan sehari-hari (Storey, 2018). Dalam konteks ini, musik Jawa ini akan terus mengalami

perkembangan dan tidak pernah berhenti di ranah ruang *online*. Generasi muda secara aktif dalam menyebarkan konten budaya lokal. Musik Jawa yang hadir dalam *platform* digital mencerminkan dinamika tersebut, memungkinkan generasi muda untuk mempertahankan identitas lokal sambil mengamati tuntutan pasar hiburan global. Hal ini diperkuat oleh Arifin (2023) yang menunjukkan bahwa media sosial memfasilitasi peran aktif generasi muda dalam menyebarkan budaya lokal.

Penelitian terdahulu menguatkan bahwa musik berbahasa Jawa semakin mampu bersaing dan viral di *platform* digital berkat peran media sosial. Candra (2025) meneliti bagaimana generasi Z di Indonesia aktif di media sosial, sehingga media sosial menjadi sarana efektif dalam menyebarkan musik tradisional. Artikel Wulandari pada Kompasiana (2024) juga menemukan bahwa lagu-lagu Jawa yang viral di kalangan anak muda melalui media sosial berperan penting dalam pelestarian tradisi lisan Jawa sekaligus menjadi media apresiasi budaya lokal. Selain itu, penelitian oleh Septiyan (2021) menunjukkan bagaimana musisi pop Jawa seperti Ndarboy Genk menggunakan media sosial untuk membangun personal *branding* dan memperluas jangkauan *audiens*, meningkatkan popularitas musik Jawa di kalangan generasi muda. Ketiga penelitian ini menegaskan bahwa media sosial tidak hanya memudahkan penyebaran musik lokal, tetapi juga mengubah dinamika dari penikmat menjadi produsen budaya aktif yang turut membentuk budaya populer digital. Dengan demikian, berbagai penelitian sebelumnya menegaskan bahwa media sosial berperan penting dalam menyebarkan musik Jawa serta mengaktifkan generasi muda menjadi yang terdepan dalam mempopulerkan musik Jawa melalui platform digital.

Beberapa lagu Jawa yang menonjol dalam hal ini adalah *Satru*, *Widodari* dan *Sinarengan*. Judul – judul lagu tersebut tidak hanya *trending* di berbagai *platform* digital seperti *youtube*, *TikTok* dan *Instagram* saja akan tetapi juga memiliki kedalaman makna isi lagu yang kuat. *Satru* menceritakan dinamika konflik dalam hubungan asmara yang biasa dialami anak muda. *Widodari* menyentuh sisi romantisme dan *Sinarengan* mengangkat tema rumah dan keluarga dan nuansa yang hangat dan lokal. Lagu – lagu ini memperlihatkan bahwa lagu Jawa yang sifatnya lokal tidak kehilangan relevansi dalam era saat ini, akan terus berkembang melalui jalur digital, memperoleh jutaan penonton dan menjadi ekspresi identitas generasi muda.

Penelitian ini secara khusus menyoroti bagaimana generasi muda berperan dalam meningkatkan popularitas lagu Jawa melalui media sosial. Judul ini dipilih karena fokus pada keterlibatan generasi muda yang aktif pada dunia maya dan dalam membentuk arus budaya populer berbasis lokal. Tiga lagu dipilih sebagai obyek kajian : *Satru*, *Widodari* dan *Sinarengan* karena ketiganya menampilkan daya tarik musikal yang bernaratif, menunjukkan jangkauan penyebaran yang luas. Ketiga lagu menjadi representasi penting dalam memahami bagaimana musik lokal dapat dikenal dan menjadi kekuatan budaya populer di era digital. Penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman baru mengenai bagaimana budaya lokal dapat bertahan dan bahkan berkembang dalam ruang digital, serta bagaimana generasi muda berperan sebagai agen transformasi budaya di tengah arus globalisasi. Maka dari itu, pembahasan dalam artikel ini akan menyoroti bagaimana peran media sosial turut berkontribusi dalam meningkatkan kepopuleran musik Jawa, terutama dikalangan generasi muda yang aktif di dunia digital.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (*literature review*). Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mengkaji fenomena meningkatnya popularitas musik Jawa di kalangan generasi muda melalui media sosial dalam konteks budaya populer. Studi literatur dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi, menelaah, dan menganalisis berbagai hasil penelitian terdahulu, artikel ilmiah, dan sumber relevan lainnya tanpa melakukan pengumpulan data lapangan secara langsung (Sari, 2023).

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri artikel-artikel jurnal ilmiah, buku referensi, serta sumber daring terpercaya yang membahas topik terkait musik Jawa, media sosial, dan budaya populer. Peneliti menyeleksi sumber berdasarkan relevansi dengan fokus kajian serta kredibilitas penerbitnya. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan melakukan telaah isi (*content analysis*) terhadap temuan, argumen, dan perspektif yang dikemukakan dalam masing-masing sumber (Purba et al., 2023).

Dengan metode ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang mendalam mengenai dinamika peran media sosial dalam mengangkat musik Jawa menjadi bagian dari budaya populer kontemporer, serta bagaimana generasi muda turut menjadi agen aktif dalam proses tersebut. Metode studi literatur ini juga digunakan untuk menelusuri dinamika peran media sosial sebagai medium penyebaran musik lokal dan bagaimana generasi muda mengartikulasikan identitas budaya melalui musik digital (Saputra, 2024)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Musik Jawa di Era Digital

Kemajuan teknologi digital telah membuka peluang baru bagi musik Jawa untuk lebih mudah dijangkau oleh para pendengar. Kini, media sosial menjadi alat utama dalam menyebarkan karya musik yang sebelumnya sulit dikenal secara luas. Nurhidayati et al (2023) yang menyatakan bahwa platform digital seperti media sosial dan layanan streaming memungkinkan musik tradisional menjangkau *audiens* yang lebih luas, melampaui batasan geografis. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi membuka peluang baru bagi musik tradisional untuk dikenal oleh generasi muda dan masyarakat global.

Digitalisasi member peluang pada musisi lokal untuk tetap eksis dengan menggabungkan elemen-elemen musik tradisional dan gaya pop modern yang lebih akrab ditelinga pendengar muda. Dalam hal ini senada yang diungkapkan Yana & Choeldahono, (2021) bahwa pada perkembangan musik etnik di era modern, kreativitas jadi kunci penting untuk membuat unsur-unsur lokal tetap menarik dan bisa bersaing di tengah pasar musik digital yang makin ramai. Karena itulah, banyak musisi muda sekarang lebih memilih memadukan alat musik tradisional dengan irama kekinian supaya karya mereka lebih mudah diterima oleh pendengar muda.

Penelitian Djoko Waluyo (2021) juga menegaskan bahwa era digital memberikan peluang besar bagi seniman tradisional untuk memperluas jangkauan karyanya melalui media sosial. Namun demikian, mereka mencatat adanya tantangan berupa perubahan selera masyarakat yang menuntut konten yang cepat, visual, dan mudah dikonsumsi. Oleh karena itu, strategi pengemasan yang menggabungkan nilai-nilai tradisional dengan estetika modern menjadi langkah penting agar musik Jawa tetap hidup di tengah arus globalisasi budaya digital.

Salah satu contoh keberhasilan adaptasi ini dapat dilihat pada lagu *Sinarengan*. Lagu ini menggambarkan perjalanan emosional dalam hubungan, dengan kata "*Sinarengan*" sendiri memiliki arti "bersama" atau "bersanding" dalam bahasa Jawa. Kekuatan lirik ini mampu menyentuh perasaan pendengarnya, terutama bagi mereka yang pernah merasakan kesulitan dalam hubungan asmara (Radar Kediri). Kepopuleran lagu *Sinarengan* dapat dianggap sebagai contoh nyata bagaimana musik Jawa dapat beradaptasi dan tetap relevan di era digital melalui perpaduan lirik yang mendalam, aransemen musik yang khas, dan estetika visual yang menarik. Peran teknologi digital dalam pelestarian musik tradisional melalui strategi seperti digitalisasi, kolaborasi dengan generasi muda, dan pemanfaatan media sosial (Nurhidayati, Mohamad, et al., 2023).

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa musik Jawa tidak hanya bertahan di era digital, tetapi juga berkembang dan mendapat tempat baru di hati generasi muda. Dukungan teknologi serta kreativitas dalam pengemasan menjadikan musik tradisional tetap hidup dan semakin dikenal luas.

2. Peran Generasi Muda dalam Menyebarkan Musik Jawa melalui Media Sosial

Generasi muda memegang peranan penting dalam menyebarkan musik Jawa di era digital. Mereka tidak hanya sebagai konsumen tetapi juga sebagai produsen yang aktif membagikan dan memodifikasi musik Jawa melalui platform media sosial seperti *YouTube*, *Instagram* dan *TikTok*. Lagu-lagu yang menjadi obyek dalam penelitian ini menjadi viral karena kreativitas generasi muda dalam mengemas lagu – lagu tersebut ke dalam konten yang menarik. Mereka menggabungkan elemen-elemen tradisional dengan gaya modern sehingga musik Jawa dapat diterima oleh masyarakat. Strategi personal *branding* musik pop Jawa melalui media sosial memainkan peran penting dalam menarik perhatian generasi muda. Selain itu, berhasil membangun citra diri yang kuat dan autentik yang kemudian mendorong keterlibatan penggemar dalam menyebarkan musik mereka secara luas (Septiyan, 2021).

Pada penelitian Bur et al (2023) memperkuat hal ini dengan menunjukkan bahwa platform TikTok telah menjadi media utama generasi Z dalam menyebarkan informasi dan budaya populer. Musik tradisional atau lokal bisa mendapatkan ruang yang luas jika dikemas secara kreatif dan menarik misalnya dalam bentuk tren video atau tantangan (*challenge*) yang viral. Selain itu, diperkuat juga oleh Ananda et al (2022) menunjukkan bahwa minat generasi muda terhadap pelestarian gamelan Jawa dipengaruhi oleh faktor internal seperti kesadaran dan tanggung jawab pribadi untuk melestarikan budaya daerah. Komunitas seperti Gamelan Muda Samurti Andaru Laras menjadi wadah bagi generasi muda untuk belajar dan mempromosikan musik tradisional melalui berbagai platform digital.

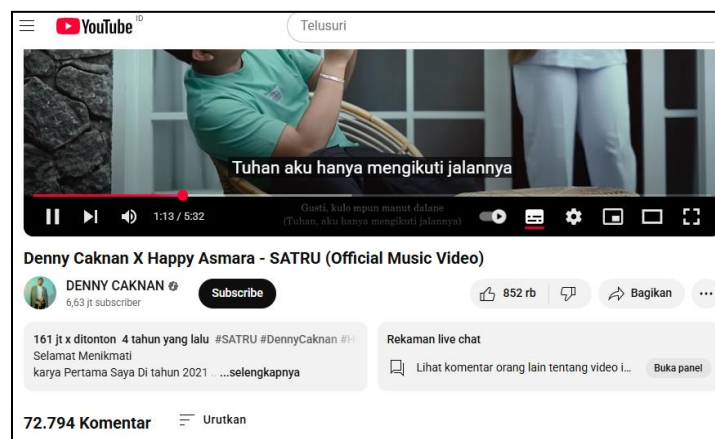
Tidak sedikit kreator muda yang secara sadar memilih musik Jawa sebagai identitas konten mereka. Video *lipsync* berbahasa Jawa, *cover* lagu dengan gaya kekinian, hingga penggunaan filter visual bernuansa tradisional-modern sering muncul di *TikTok* dan *Instagram Reels*. Hal ini memperlihatkan bahwa generasi muda menjadikan musik Jawa sebagai bagian dari ekspresi diri di media sosial. Ditambah lagi, algoritma media sosial seperti *FYP* di *TikTok* memungkinkan konten tersebut tersebar luas hanya dalam waktu singkat, apalagi jika kontennya menyentuh sisi emosional atau estetika pengguna (Agustina, 2020). Hal ini menjadikan media sosial tidak hanya sebagai tempat hiburan, melainkan juga ruang untuk menyuarakan dan menghidupkan kembali nilai-nilai budaya lokal.

Dengan demikian partisipasi aktif generasi muda dalam menyebarkan musik Jawa melalui media sosial tidak hanya memperluas jangkauan musik tersebut tetap berkontribusi pada pelestarian dan revitalisasi budaya Jawa di era digital.

3. Jejak Digital Lagu : *Satru*, *Widodari* dan *Sinarengan*

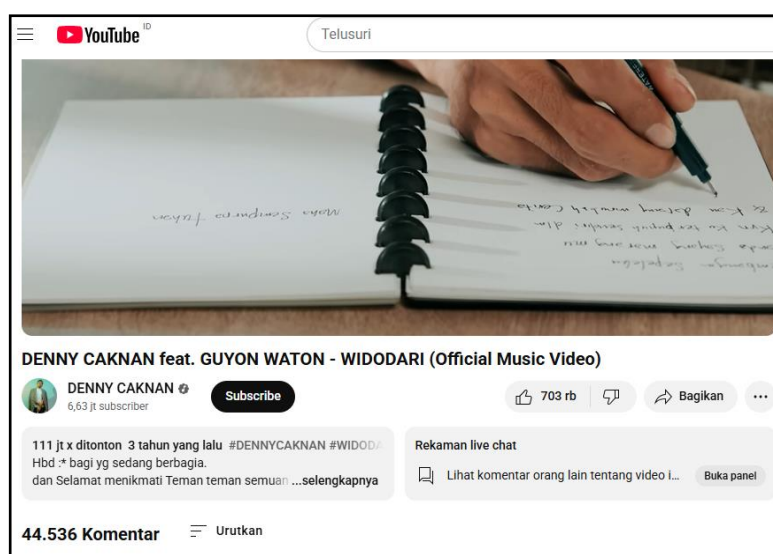
Dalam konteks musik Jawa yang viral seperti *Satru*, *Widodari* dan *Sinarengan*, lirik dan tema lagu memainkan peran dalam mengkomunikasikan nilai-nilai budaya lokal sekaligus pengalaman hidup sehari-hari yang relevan bagi generasi muda. Para penyanyi memberikan sentuhan budaya Jawa pada setiap lagunya yang terekspresikan pada lirik dan tidak sedikit pada video klip musik (Prakoso, 2023).

Pada subbab bagian ini, akan dibahas secara ringkas isi dan pesan utama yang terkandung dalam ketiga lagu yang menjadi obyek dalam penelitian ini sebagai dasar untuk analisis lebih lanjut mengenai jejak digital dan peran media sosial dalam memopulerkan musik Jawa. *Satru*, yang dinyanyikan Denny Caknan dan Happy Asmara dirilis tahun 2021 dan langsung menyita perhatian publik. Hingga April 2025, video klip resmi lagu ini di kanal *YouTube* Denny Caknan telah ditonton lebih dari 160 juta kali dengan 800 ribu lebih likes dan 70 ribu lebih komentar. Tidak hanya itu, lagu ini juga ramai digunakan sebagai *background* video di *TikTok* dan *Instagram Reels*. Pada penelitian Putri & Sulanjari (2021) disebutkan bahwa lagu *Satru* menggambarkan konflik dalam hubungan asmara. Adapun liriknya mengisahkan seorang pria yang berusaha menenangkan pasangannya yang sedang cemburu, menyakinkan akan ketulusan cintanya dan mengajak untuk berdamai.



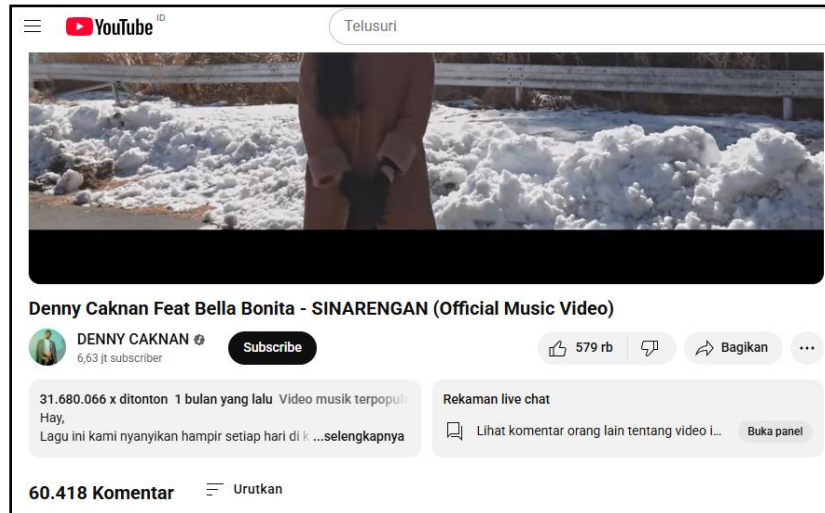
Gambar 1. Tampilan video klip resmi lagu *Satru* oleh Denny Caknan dan Happy Asmara di kanal *YouTube*

Widodari, juga dibawakan Denny Caknan dan Guyon Waton. Lagu ini dirilis tahun 2021, tidak hanya populer di kalangan masyarakat Jawa tetapi juga menarik perhatian generasi muda dari berbagai daerah di Indonesia. Di kanal *YouTube* Denny Caknan, lagu ini telah ditonton lebih dari 100 juta kali, disukai lebih dari 650 ribu pengguna dan mendapatkan puluhan ribu komentar yang mayoritas berasal dari kalangan muda. Tema pada lagu ini cinta yang datang setelah kekecewaan, menggambarkan sosok yang dianggap sebagai bidadari dengan membawa kebahagiaan. Lirikny mengisahkan seorang pria yang bertemu dengan perempuan cantik setelah terpuruk karena masa lalunya, membuat hidupnya berwarna kembali (Dellavani et al., 2023).



Gambar 2. Tampilan lagu *Widodari* yang juga populer di kanal *YouTube* Denny Caknan

Berbeda dengan *Satru* dan *Widodari*, lagu *Sinarengan* belum banyak dianalisis secara akademik. Hingga saat penelitian ini dilakukan, belum ditemukan publikasi ilmiah yang mengkaji tema, lirik, atau pesan budaya dari lagu *Sinarengan*. Meskipun demikian, lagu ini telah mendapatkan perhatian dari berbagai media daring seperti *Kumparan*, *FT News* dan *Kompasiana*, yang membahas makna lirik dan dampaknya terhadap pendengar, terutama generasi muda. Lirik *Sinarengan* menggambarkan perjalanan cinta dua insan yang berkomitmen untuk bersama dalam suka dan duka, mencerminkan harapan akan rumah tangga yang damai dan penuh kasih sayang. *Sinarengan* dirilis tahun 2025 menjadi unik karena menggabungkan estetika dengan nuansa kehidupan dalam rumah tangga. Lagu ini menjadi viral di *TikTok*, *YouTube* dan *Instagram reels* dan mencapai lebih dari 70 juta views di *YouTube* per April 2025.



Gambar 3. Video musik Sinarengan

Tabel 1. Statistik trendingnya lagu Jawa (Data Per April 2025)

Lagu	Tahun Rilis	Penayangan YouTube	Likes	Komentar	Platform Lain
Satru	2021	161 juta+	800 ribu+	72 ribu+	TikTok, Instagram
Widodari	2021	100 juta+	700 ribu+	44 ribu+	TikTok, Instagram
Sinarengan	2025	30 juta+	500 ribu+	60 ribu+	TikTok, Instagram

Sumber : YouTube Denny Caknan

Data itu memperlihatkan bahwa lagu-lagu tersebut sering digunakan untuk konten reflektif, emosional dan mewakili kata hati. Keberhasilan konten lokal untuk menjadi viral seringkali berkaitan dengan kemampuan musik tersebut menyentuh nilai-nilai emosional dan spiritual audiens digital. Selain itu, data tersebut menunjukkan lagu – lagu Jawa memiliki potensi besar untuk menjadi viral di era digital, memperluas jangkauan budaya lokal menuju global. Fenomena ini mendukung argument bahwa musik Jawa bisa beradaptasi dengan teknologi modern untuk mempertahankan relevansi dan memperkuat identitas budaya (Purnomo & Demartoto, 2022).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa jejak digital lagu-lagu Jawa tidak hanya menunjukkan angka statistik yang tinggi, tetapi juga mencerminkan bagaimana musik lokal dapat hidup kembali dan diterima luas melalui kekuatan media sosial.

4. Peran Media Sosial dalam memopulerkan Musik Jawa

Media sosial kini menjadi sarana penting dalam menyebarluaskan musik Jawa kepada khalayak yang lebih luas, terutama generasi muda. Dalam konteks ini, terdapat beberapa peran utama media soaial dalam memopulerkan musik Jawa :

a) Sarana promosi ysng cepat dan luas

Media sosial member kemudahan bagi para musisi untuk membagikan karya mereka secara cepat dan luas tanpa terbatas oleh jarak. Melalui *platform* seperti *TikTok*, *YouTube* dan *Instagram*, lagu-lagu Jawa bisa tersebar hanya dalam hitungan detik dan menjangkau jutaan pengguna dari berbagai penjuru. Menurut Salzhabilla et al (2023) media sosial khususnya TikTok, efektif dalam memperkenalkan budaya musik tradisional kepada generasi muda melalui konten yang kreatif dan menarik. Lebih lanjut Supriatma (2020) menyoroti bagaimana media sosial berperan dalam memperkenalkan dan mempopulerkan musik Jawa kepada audiens yang lebih luas.

b) Mendekatkan Musisi dan Pendengar

Media sosial memungkinkan interaksi langsung antara musisi dan penggemar melalui fitur komentar, siaran langsung, atau pesan pribadi. Interaksi ini membangun hubungan emosional yang kuat dan meningkatkan loyalitas *audiens* terhadap musisi. Harahap (2022) menjelaskan bahwa penggunaan media sosial oleh musisi tidak hanya untuk promosi, tetapi juga untuk membangun personal branding dan hubungan yang lebih dekat dengan penggemar. Beberapa musisi Jawa seperti Denny Caknan, Ndarboy Genk dan lain-lain memanfaatkan media sosial, *live TikTok* untuk menyapa penggemar, membagikan cuplikan lagu baru hingga merespons video-video *cover* lagu mereka. Hal ini membuat penggemar merasa dihargai dan terlibat langsung dalam perjalanan musik idolanya

c) Mendorong Partisipasi Pengguna

Media sosial memungkinkan hubungan yang lebih interaktif antara musisi dan penggemar dibandingkan dengan media konvensional seperti televisi atau radio. Selain itu, media sosial tidak hanya menjadi tempat untuk menonton atau mendengarkan musik, tetapi juga mendorong para penonton untuk ikut terlibat secara aktif dalam menyebarluaskan, memodifikasi, atau bahkan menciptakan ulang konten musik tersebut. lagu-lagu Jawa dapat dipadukan dengan tarian atau visual yang sedang tren, sehingga menarik perhatian audiens yang lebih luas dan beragam. Hal tersebut sesuai dengan penelitiannya Panayitsa et al (2025) yang menyoroti dampak media sosial khususnya TikTok didalam melestarikan budaya tradisional. Banyak pengguna yang menggugah video tentang lagu jawa, tarian tradisional dan seni lainnya yang kemudian menjadi viral dan meningkatkan kesadaran akan budaya lokal di kalangan generasi

muda. Salah satunya contohnya adalah membuat konten kreatif di TikTok atau menari dengan lagu tertentu dengan menyertakan lagu Jawa seperti Sinarengan atau lagu yang lain, ini membuat lagu tersebut menyebar dari satu pengguna ke pengguna yang lain.

d) Membantu Pembentukan Identitas Budaya Baru

Media sosial tidak hanya untuk hiburan semata, tetapi juga telah menjadi tempat mengekspresi identitas budaya baru (Riski Dwi Putri et al., 2024). Musik Jawa yang dulu sering dikaitkan dengan orang tua atau acara tradisional, sekarang justru tampil kekinian, dikemas dengan aransemen yang menarik dan jadi bagian dari gaya hidup anak muda di jaman digital ini.

Dari berbagai uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki peran yang sangat besar dalam memopulerkan musik Jawa di kalangan generasi muda. Mulai dari penyebaran cepat, interaksi antara musisi dan penggemar, partisipasi aktif pengguna, hingga kemasan visual yang menarik, semua itu menunjukkan bahwa musik Jawa kini tidak lagi dipandang sebagai budaya yang tertinggal, tetapi justru menjadi bagian dari gaya hidup digital masa kini. Melalui kreativitas dan inovasi yang difasilitasi oleh media sosial, musik Jawa berhasil menemukan tempatnya kembali di hati masyarakat.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Fenomena lagu-lagu Jawa di era digital menunjukkan bahwa budaya lokal tidak hanya bertahan, tetapi juga mampu berkembang dan bersaing dalam budaya populer global. Generasi muda berperan penting dalam proses ini, baik sebagai pencipta, pelaku, maupun penyebar konten melalui platform digital seperti *YouTube* dan *TikTok*. Lagu-lagu berbahasa Jawa dengan balutan musik modern menjadi sarana ekspresi identitas kultural yang diterima luas oleh publik lintas daerah dan generasi. Popularitas lagu-lagu Jawa menunjukkan bagaimana generasi muda dan kemajuan teknologi digital berhasil mengangkat musik lokal ke tengah perhatian budaya populer. Kini, musik Jawa tidak lagi tersisih, tetapi justru tampil dinamis dan menjadi bagian penting dalam arus budaya populer masa kini.

Penulis menyarankan agar para pelaku industri musik, khususnya yang bergerak dalam musik lokal seperti lagu-lagu Jawa, semakin memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan audiens. Penggunaan strategi kreatif yang melibatkan generasi muda sebagai bagian dari produksi dan distribusi konten dapat menjadi kunci dalam menjaga keberlangsungan budaya lokal dalam dunia digital. Penelitian ini terbatas pada analisis literatur dan observasi terhadap fenomena di media sosial tanpa disertai data lapangan atau wawancara langsung

dengan pelaku budaya maupun audiens. Lebih lanjut, pada penelitian selanjutnya disarankan untuk penelitian kuantitatif mengenai pola distribusi, algoritma platform, atau keterlibatan audiens berdasarkan data statistik karena hal ini akan memperkaya pemahaman terhadap dinamika popularitas musik lokal di era digital.

DAFTAR REFERENSI

- Agustina, L. (2020). Viralitas konten di media sosial. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 1(2), 149–160.
<https://www.researchgate.net/publication/348296842>
- Ananda, S., Martini, & Herminasari, N. S. (2022). Minat generasi muda kepada pelestarian gamelan Jawa di Komunitas Gamelan Muda Samurti Andaru Laras. *Jurnal Studi Budaya Nusantara*, 6(2), 84.
- Arifin, J. (2023). Peranan media digital dalam mempertahankan budaya lokal Indonesia di era globalisasi. *Jurnal Ilmiah Kanderang Tingang*, 14(1), 8–16.
<https://doi.org/10.37304/jikt.v14i1.202>
- Bur, R., Ayuningtyas, F., & Muqsith, M. A. (2023). Pemanfaatan TikTok sebagai media informasi baru generasi Z. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5(2), 189–198.
<https://doi.org/10.33366/jkn.v5i2>
- Candra, K. (2025). Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumen generasi Z dalam pembelian produk fashion [PDF].
- Dellavani, C. Y. D. W., Mulyanto, M., & Kurniadi, E. (2023). Aransemen lagu Widodari karya Denny Caknan sebagai media pembelajaran musik keroncong di SMK Negeri 8 Surakarta. *Resital: Jurnal Seni Pertunjukan*, 24(2), 146–156.
<https://doi.org/10.24821/resital.v24i2.8767>
- Djoko Waluyo, R. (2021). Dinamika seni tradisional pada era digital. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 2, 161–172.
<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/mkm/article/view/4523>
- Harahap, Z. H. (2022). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi musik dan personal branding penyanyi Vionita Sihombing. *Grenek Music Journal*, 11(2), 81.
<https://doi.org/10.24114/grenek.v11i2.39258>
- Laksono, A. (2020). Representasi budaya lokal dalam musik kontemporer Indonesia. *Jurnal Ilmiah Kajian Antropologi*, 4(1), 50–54.
- Muhammad, Y. R., & Rachman, A. (2020). Media sosial sebagai sarana promosi karya musik di era industri 4.0 (Studi kasus pada band Sendau Gurau di Semarang). *Musikolastika: Jurnal Pertunjukan dan Pendidikan Musik*, 2(1), 23–30.
<https://doi.org/10.24036/musikolastika.v2i1.35>

- Nurhidayati, Y., Kholid, D. M., & Kurdita, E. (2023). Transformasi musik songah di era digital: Tantangan dan peluang dalam pelestarian warisan budaya. *DEWANTECH: Jurnal Teknologi Pendidikan*, 1(1), 22–29. <https://journal.awatarapublisher.com/index.php/dewantech>
- Nurhidayati, Y., Mohamad, K., & Kurdita, E. (2023). Transformasi musik songah di era digital: Tantangan dan peluang dalam pelestarian warisan budaya [PDF], 22–29.
- Panayitsa, A. L., Falah, P. A., Ali, R., & Maritim, U. (2025). Dampak aplikasi TikTok terhadap kebudayaan Indonesia. *Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 2(1), 76.
- Prakoso, B. (2023). Identitas budaya Jawa dalam lagu Denny Caknan: Studi visual culture. *Chronologia*, 5(1), 45–62.
- Purba, S. A. B., Arsini, Y., & Walidaini, I. (2023). Studi literatur: Pendekatan behavioral dengan teknik modeling. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 30593–30599.
- Purnomo, N. A., & Demartoto, A. (2022). Akulturasi budaya dan identitas sosial dalam gending Jawa kontemporer kreasi seniman karawitan di Surakarta. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 11(3), 450–463. <https://doi.org/10.20961/jas.v11i3.60576>
- Putri, R. D., Purwanto, E., Keyla, N., Kharismatika, R. N., & Muthmainah, K. A. (2024). Identitas budaya dalam era digital. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 2000–2011. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i4.3380>
- Putri, S. W., & Sulanjari, B. (2021). Kajian semiotika dalam lagu Satru ciptaan Denny Caknan. *Jurnal Ilmiah Sastra dan Bahasa Daerah*, 3(1), 50–57.
- Salzhabilla, A., Arif, P., Olivia, M., & Prasanti, R. Y. (2023). Promosi budaya tari dan musik tradisional Indonesia melalui media TikTok. *Prosiding Seminar Nasional*, 1390–1402.
- Saputra, W. (2024). Perkembangan penelitian kualitatif dalam pembelajaran membaca: Sebuah kajian studi literatur [PDF].
- Sari, Y. (2023). *jmsej*, 2. 53931-116759-1-CE-Yuliana Sari [PDF], 9–26.
- Septiyan, D. D. (2021). Strategi personal branding musisi pop Jawa melalui media sosial. *Musikolastika: Jurnal Pertunjukan dan Pendidikan Musik*, 3(2), 131–140. <https://doi.org/10.24036/musikolastika.v3i2.73>
- Storey, J. (2018). *Cultural theory and popular culture: An introduction* (8th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315226866>
- Supriatma, M. (2020). Rising influence of ethnic music in Indonesia: A closer look at Javanese campursari. *ISEAS Perspective*, 104, 1–9. https://www.iseas.edu.sg/wp-content/uploads/2020/09/ISEAS_Perspective_2020_104.pdf
- Syaifuddin, A. (2024). Analisis bentuk dan fungsi campur kode dalam lirik lagu pop Jawa karya Denny Caknan [PDF], 673–687.

- Widayati, M., Sudiyana, B., & Nurnaningsih, N. (2023). Muatan kearifan lokal dalam teks lagu anak berbahasa Jawa sebagai penanaman pendidikan karakter di sekolah. *JENTERA: Jurnal Kajian Sastra*, 12(1), 145. <https://doi.org/10.26499/jentera.v12i1.5991>
- Yana, D., & Choeldahono, C. (2021). Seni musik tradisional di era digital bagi usia remaja, 119–124.