**Jurnal Cakrawala Akademika (JCA)**
**Vol. 3 No. 2 Tahun 2026**
Licenced CC BY-SA, E-ISSN: 3062-9942, Hal 666-676
DOI: https://doi.org/10.71417/jca.v3i2.2456
https://e-journal.lppmpustakacendekia.or.id/index.php/JCA/index

# Hibriditas Budaya dan Resistensi Lokal: Melawan Hegemoni Dominasi Musik Barat dengan Hip-Hop Dangdut

**Najwa Nurluthfia Fatehah[1], M. Fikri Akbar[2], Sandy Allifiansyah[3]**
[1,2,3] Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta , Kota Jakarta, Negara Indonesia

Alamat Universitas: Jl. R.Mangun Muka Raya No.11, RT.11/RW.14, Rawamangun, Kecamatan Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, 13220
E-mail Seluruh Penulis: najwa.nurluthfia.fatehah@unj.ac.id[1], m.fikri@unj.ac.id[2], sandyallifiansyah@unj.ac.id[3]

***Abstract :*** *The Indonesian music market has been shaped by the dominance of Western music and K-pop, while dangdut remains marginal in the musical preferences of Generation Z. The emergence of hip-hop dangdut, particularly through the popularity of "Garam dan Madu," provides a context for examining how local culture negotiates global musical conventions. This article aims to examine hip-hop dangdut as a form of cultural hybridity and local resistance to the hegemony of Western music. The analysis draws on Antonio Gramsci's concepts of hegemony, counter-hegemony, organic intellectuals, and war of position, alongside Homi Bhabha's concepts of hybridity, mimicry, and the Third Space. The study employs a qualitative conceptual approach based on a literature review, supplemented by observations of hip-hop dangdut on digital platforms. The discussion focuses on musicians and collective labels, multilingual lyrics, audiovisual content, and circulation in global public spaces. The analysis suggests that the combination of dangdut rhythms with hip-hop, code-switching between Javanese, Indonesian, and English, and participatory social media practices creates opportunities to renegotiate the position of local music. Musicians act as organic intellectuals who articulate everyday experiences through globally recognizable formats. However, dependence on platform algorithms and limited institutional support constrain its potential for sustained cultural diplomacy. The article concludes that hip-hop dangdut offers a strategic form of local resistance through cultural negotiation, while requiring more integrated support to sustain its visibility and cultural autonomy.*

***Keywords****: Counter-Hegemony, Cultural Hybridity, Resistance, Hip-Hop Dangdut, Music.*

**Abstrak :** Pasar musik Indonesia dipengaruhi oleh dominasi musik Barat dan K-pop, sementara dangdut masih menempati posisi marginal dalam preferensi musik Generasi Z. Kemunculan hip-hop dangdut, terutama melalui popularitas lagu "Garam dan Madu", membuka ruang untuk memahami bagaimana budaya lokal bernegosiasi dengan konvensi musik global. Artikel ini bertujuan menganalisis hip-hop dangdut sebagai bentuk hibriditas budaya dan resistensi lokal terhadap hegemoni musik Barat. Analisis menggunakan konsep hegemoni, kontra-hegemoni, intelektual organik, dan perang posisi dari Antonio Gramsci, serta konsep hibriditas, mimicry, dan Ruang Ketiga dari Homi Bhabha. Penelitian menggunakan pendekatan konseptual kualitatif berbasis tinjauan literatur yang diperkaya pengamatan terhadap perkembangan hip-hop dangdut pada platform digital. Pembahasan berfokus pada peran musisi dan kolektif label, penggunaan bahasa dalam lirik, strategi konten audiovisual, serta peredaran musik di ruang publik global. Hasil analisis menunjukkan bahwa perpaduan irama dangdut dan hip-hop, alih kode bahasa Jawa, Indonesia, dan Inggris, serta partisipasi pengguna media sosial menyediakan ruang negosiasi bagi identitas musik lokal. Musisi berperan sebagai intelektual organik yang mengartikulasikan pengalaman sehari-hari melalui format yang dikenali secara global. Namun, ketergantungan pada algoritma platform dan terbatasnya dukungan kelembagaan membatasi potensi genre ini sebagai instrumen diplomasi budaya berkelanjutan. Penelitian menyimpulkan bahwa hip-hop dangdut menawarkan resistensi lokal yang strategis melalui negosiasi budaya, sekaligus memerlukan dukungan yang lebih integratif untuk menjaga visibilitas dan kemandirian budaya dalam jangka panjang.

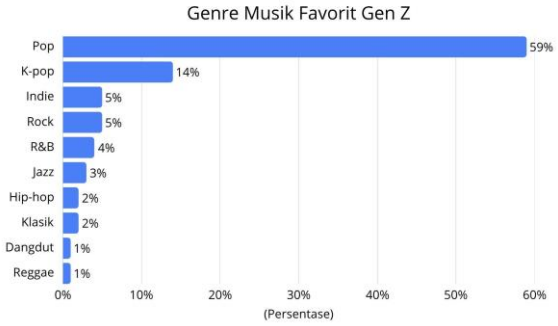
**Kata kunci**: Kontra-Hegemoni, Hibriditas Budaya, Resistensi, Hip-Hop Dangdut, Musik.

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat berpengaruh pada arus globalisasi yang semakin intens. Semakin mudahnya akses informasi, semakin mudah pula budaya luar yang masuk ke dalam kehidupan masyarakat lokal. Salah satu bentuk dari globalisasi tersebut adalah hegemoni dalam pasar musik barat dan K-pop di Indonesia. Fenomena ini sering kali menggeser budaya lokal menjadi lebih diabaikan dan budaya barat lebih diunggulkan.

*Received: November 12, 2026; Revised: November 15, 2026; Accepted: November 16, 2026;*
*Najwa Nurluthfia Fatehah, najwa.nurluthfia.fatehah@unj.ac.id

Kesenjangan masyarakat dalam memandang kedua budaya ini terlihat pada perbedaan konsumsi musik. Berdasarkan data dari Believe, sekitar awal tahun 2020, persentase konsumsi pasar musik internasional di Indonesia mencapai angka 70%, sementara konsumsi musik lokal hanya menyumbang sekitar 30%. Argumen ini diperkuat dengan data dari IDN Research Institute pada tahun 2024 tentang genre musik favorit gen z di Indonesia, menunjukkan genre pop mendominasi dengan persentase 59%, disusul dengan genre K-pop sebesar 14%. Di lain sisi, genre musik dangdut hanya sebesar 1%.




**Gambar 1. Genre Musik Favorit Gen Z**
Sumber: IDN Research Institute, 2024

Berdasarkan grafik di atas dapat diketahui bahwa preferensi genre musik gen z Indonesia pada tahun 2024 masih didominasi oleh budaya barat dan Korea. Sementara, hanya sedikit yang memiliki minat terhadap genre musik lokal, yaitu dangdut. Minimnya minat ini menunjukkan adanya persepsi pada anak muda khususnya gen z dalam memandang musik dangdut "kuno" dan kurang selaras dengan citra modernitas yang ditawarkan oleh industri musik global.

Pergeseran signifikan mulai terlihat sejak hadirnya fenomena budaya melalui genre musik hip-hop dangdut (hipdut). Genre musik ini mulai mendapat perhatian publik sejak dirilisnya lagu "Garam dan Madu" pada akhir tahun 2024 yang diciptakan oleh Tenxi, Naykilla, dan Jemsii. Lagu ini berhasil mendapatkan lebih dari 280 juta streaming di platform Spotify per 26 April 2026. Lagu ini bahkan berhasil memenangkan nominasi "Karya Produksi Terbaik AMI Awards 2025" di AMI Awards 2025 (Tempo, 2025).

Berdasarkan penelitian sebelumnya, ditemukan bahwa lagu "Garam dan Madu" lebih dapat diterima oleh gen z karena menggabungkan dangdut dengan genre modern seperti hip-hop, bahkan tidak sedikit yang mulai mengeksplorasi musik dangdut setelah mendengarkan musik hipdut (Pangeran dkk., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa genre hipdut memiliki peluang untuk menguasai pasar lokal.

Hingga saat ini, belum ada penelitian yang secara khusus menganalisis potensi hip-hop dangdut sebagai fenomena hibriditas budaya dan resistensi lokal dalam melawan hegemoni dominasi musik barat di Indonesia. Oleh karena itu, terdapat kekosongan penelitian dalam memahami bagaimana budaya lokal dapat dipadukan dengan budaya global sebagai strategi komunikasi internasional untuk mereklamasi kedaulatan identitas nasional di tengah arus homogenisasi budaya global.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan analisis konseptual kualitatif yang berlandaskan pada tinjauan literatur komprehensif serta diperkaya oleh pengamatan empiris terhadap perkembangan genre musik hip-hop dangdut di platform digital. Berdasarkan pendekatan ini, penelitian akan mengeksplorasi secara mendalam bagaimana mekanisme hibriditas dalam hip-hop dangdut bekerja bukan sekadar sebagai produk hiburan, melainkan sebagai instrumen strategi counter-hegemony. Dengan demikian, studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis baru mengenai penggunaan musik hibrida sebagai manifestasi soft power organik Indonesia di ranah komunikasi internasional digital.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Krisis Hegemoni Musik Barat di Indonesia

Lagu hadir dalam beragam genre yang memiliki karakteristik dan cara penyampaian tersendiri. Sebagai salah satu bentuk karya seni, lagu memiliki keterkaitan yang erat dengan proses komunikasi (Novianti dalam Utami dkk., 2025). Hegemoni musik Barat dan K-pop di Indonesia telah lama mengonstruksi common sense di tengah masyarakat sipil, terutama di kalangan Generasi Z, bahwa

produk budaya modern yang berkualitas tinggi harus berkiblat pada standar industri musik global. Mengacu pada data dari Believe pada awal tahun 2020, persentase konsumsi pasar musik internasional di Indonesia mencapai angka 70%, sedangkan musik lokal hanya menyumbang sekitar 30%.

Dominasi musik Barat semakin dipertegas oleh laporan Indonesia Gen Z Report 2024 yang dirilis oleh IDN Research Institute, di mana preferensi musik Generasi Z didominasi oleh genre pop global sebesar 59% dan K-pop sebesar 14%. Sebaliknya, genre musik dangdut sebagai representasi kebudayaan lokal berada pada posisi subordinat yang sangat marginal, yaitu hanya sebesar 1%. Kesenjangan statistik yang masif ini mencerminkan keberhasilan hegemoni budaya asing dalam menanamkan persepsi bahwa musik dangdut bersifat "kuno", "kampungan", dan tidak selaras dengan identitas modernitas pemuda urban.

Proses internalisasi nilai tersebut berlangsung secara halus melalui institusi masyarakat sipil digital, seperti pengaturan algoritma platform streaming dan tren media sosial yang secara terus-menerus mendikte jenis musik yang dianggap "keren" atau "layak dengar". Akibatnya, muncul alienasi budaya yang membuat generasi muda merasa asing dengan identitas musiknya sendiri. Persetujuan sukarela (consent) yang diberikan oleh Generasi Z terhadap produk musik Barat dan K-pop bukan sekadar masalah selera estetika biasa, melainkan hasil dari operasi kuasa hegemonik. Operasi ini mengondisikan pikiran mereka bahwa prestise sosial hanya dapat diraih dengan mengonsumsi produk-produk berstandar global.

Merujuk pada kerangka teori hegemoni yang diadaptasi dari studi Ikhsano dan Stellarosa (2015), sebuah konsensus budaya tidak pernah bersifat absolut dan selalu terbuka terhadap fase krisis atau pelemahan kekuasaan (weak hegemony). Krisis hegemoni musik global di Indonesia mulai terlihat ketika komodifikasi lagu-lagu Barat dan K-pop di platform digital mencapai titik jenuh. Generasi Z sebagai konsumen aktif media baru mulai bosan dengan narasi budaya asing yang seragam dan mekanis. Mereka mulai mencari otentisitas kultural yang mampu merepresentasikan realitas sosial, dinamika emosional, dan kedekatan bahasa sehari-hari sebagai sebuah ruang naratif yang gagal diakomodasi secara mendalam oleh lirik-lirik pop asing yang terasa berjarak secara kultural.

Celah kejenuhan inilah yang memicu krisis hegemoni (hegemony crisis), ketika persetujuan sukarela (consent) audiens terhadap dominasi produk global mulai goyah. Melemahnya hegemoni ini kemudian dieksploitasi secara cerdas oleh kemunculan genre hibrida Hip-hop Dangdut (Hipdut) sebagai bentuk resistensi lokal yang tidak terduga. Hipdut hadir mendekonstruksi pandangan umum lama dengan membuktikan bahwa elemen dangdut yang dianggap "kuno" dapat digabung dengan ketukan hip-hop modern tanpa harus kehilangan akar lokalitasnya. Retakan dalam sistem dominasi ini memberi ruang bagi musisi lokal untuk menawarkan sebuah alternatif estetika baru yang jauh lebih relevan bagi psikologis anak muda urban.

Keberhasilan Hipdut dalam mengeksploitasi fase weak hegemony ini termanifestasi nyata melalui meledaknya lagu "Garam dan Madu" yang diciptakan oleh Tenxi, Naykilla, dan Jemsii. Kehadiran karya ini langsung meruntuhkan kemapanan selera pasar arus utama setelah sukses memuncaki daftar lagu terpopuler di YouTube Indonesia dengan angka penayangan mingguan yang stabil di atas 10,3 juta kali pada awal tahun 2025. Pencapaian statistik tersebut bukan sekadar kesuksesan komersial, melainkan menjadi indikator struktural bahwa hegemoni musik Barat telah berhasil diinterupsi.

**Musisi Hipdut dan Kolektif Label sebagai Intelektual Organik**

Genre musik dangdut telah mengalami banyak perkembangan dan pencampuran dengan genre musik lainnya, mulai dari musik rock, religi, disko dan funkot, pop, hingga saat ini hadir bentuk baru, yaitu hip-hop dangdut (Setyawan, 2023). NDX AKA adalah salah satu pionir terpenting yang mempopulerkan genre musik hipdut. Meskipun adanya campuran hip-hop, NDX tetap mempertahankan kelokalan musiknya, dengan perpaduan irama dangdut sekaligus liriknya yang didominasi bahasa jawa (Putradarma, 2017).

Sebagai pelopor sekaligus representasi utama dari genre ini, grup musik asal Yogyakarta tersebut berhasil menjembatani celah antara budaya lokal dan selera populer. Melalui tema-tema lirik yang sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat kelas menengah ke bawah serta gaya bermusik yang mengikuti tren anak muda urban, NDX AKA menciptakan titik temu yang unik bagi audiensnya. Popularitas grup ini pun terbukti tidak hanya bertahan di ranah lokal, tetapi telah meluas secara nasional hingga mampu menembus audiens global melalui kekuatan media digital (Fatonah dkk., 2026).

Kunci utama di balik popularitas NDX AKA adalah peran media sosial yang terintegrasi. Penelitian yang dilakukan oleh Fatonah dkk. (2026) menunjukkan bahwa NDX menggunakan platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram secara terintegrasi, sehingga memungkinkan grup ini mendistribusikan karya dan menjangkau audiens yang lebih luas. YouTube berperan sebagai media publikasi utama untuk konten video klip yang menarik jutaan penonton, sementara TikTok menjadi mesin viralitas melalui konten-konten pendek yang interaktif dan partisipatif bagi pengguna. Melalui pemanfaatan algoritma media sosial yang tepat, NDX AKA berhasil mengubah stigma musik daerah yang marginal menjadi konten kreatif yang inklusif dan relevan bagi generasi muda di berbagai daerah.

Popularitas genre hipdut kemudian semakin melejit sejak rilisnya lagu "Garam dan Madu" oleh Tenxi, Naykilla, dan Jemsii pada tahun 2024. Popularitas ini ditunjukkan dengan data dari YouTube Charts menunjukkan pertumbuhan eksponensial, pada minggu pertama rilis (Goodstats.id, 2025), lagu ini langsung menempati posisi ke-12 dengan lebih dari 2,5 juta tayangan. Hanya dalam waktu dua bulan, tepatnya pada minggu kesembilan dan kesepuluh di awal 2025, 'Garam dan Madu' berhasil memuncaki daftar lagu terpopuler di YouTube Indonesia dengan angka penayangan mingguan yang stabil di atas 10,3 juta kali.

Selain aspek statistik, daya tarik lagu 'Garam dan Madu' terletak pada pemilihan bahasanya yang lebih universal bagi Generasi Z. Berbeda dengan grup seperti NDX AKA yang identitas hip-hop dangdut-nya sangat terikat pada penggunaan bahasa Jawa, lagu ini menggunakan bahasa Indonesia sebagai fondasi utama liriknya. Hal ini membuat pesan dalam lagu lebih mudah diakses oleh pendengar dari berbagai latar belakang suku di Indonesia tanpa adanya hambatan bahasa.

Keberhasilan 'Garam dan Madu' menjadi penguat pada ekosistem genre hip-hop dangdut modern yang lebih terstruktur. Hal ini ditandai dengan munculnya deretan penyanyi baru dengan genre musikalitas serupa, seperti DIA, RYO, dan Naufal Syachreza. Para musisi ini bergerak di bawah naungan AntiNRML, sebuah label musik yang mengedepankan visi kolektif dan pendekatan kreatif yang progresif. Berdasarkan web resmi AntiNRML, label ini berhasil memposisikan diri sebagai creative powerhouse yang memberikan ruang bagi artis independen untuk menembus pasar arus utama (mainstream).

AntiNRML sendiri telah menunjukkan rekam jejak yang kuat dalam menciptakan konten viral jauh sebelum meledaknya genre hipdut, salah satunya melalui kesuksesan lagu 'Attached' yang mencapai jutaan tayangan dan unggahan di platform media sosial (AntiNRML, 2025). Dengan strategi yang memadukan orisinalitas artistik dan pertumbuhan strategis, label ini mampu menciptakan niche yang unik di industri musik Indonesia.

Posisi yang diambil oleh para musisi dan kolektif label ini menegaskan peran mereka sebagai intelektual organik di era digital. Mereka tidak bergerak sebagai pemikir elitis yang menjaga jarak dari realitas, melainkan memposisikan diri sebagai artikulator aktif yang tumbuh bersama dinamika sosial audiensnya. Melalui grup seperti NDX AKA yang mengangkat keresahan hidup masyarakat kelas menengah ke bawah, hingga kolaborasi modern Tenxii, Naykilla, dan Jemsii yang menangkap kultur urban Generasi Z, para musisi ini berhasil menerjemahkan realitas akar rumput menjadi karya seni yang prestisius. Sebagai intelektual organik, mereka menggunakan musik bukan sekadar untuk menghibur, melainkan sebagai media untuk menyingkap kekosongan narasi dalam industri musik arus utama yang selama ini terlalu didominasi oleh standar estetika Barat.

**Hibriditas Bahasa dalam Lirik Lagu sebagai Strategi Perang Posisi**

Musisi dapat merepresentasikan pengalamannya melalui permainan istilah yang mampu menciptakan daya tarik khas dan memikat perhatian pendengar. Sejalan dengan hal tersebut, Setia Ningsih menyatakan bahwa rangkaian melodi yang diciptakan dan didengarkan oleh masyarakat memiliki peran penting dalam menyebarluaskan keyakinan dan nilai-nilai tertentu, sekaligus merefleksikan asumsi-asumsi yang terkandung di dalamnya (Aritonang & Doho dalam Pirnanda, 2023).

Penggunaan bahasa daerah dalam kerangka musik Hip-hop merupakan bentuk hibriditas dan resistensi linguistik yang signifikan terhadap standarisasi bahasa Inggris dalam industri musik pop global. Di tengah dominasi bahasa Inggris yang sering dianggap sebagai syarat utama untuk mencapai kesuksesan internasional, NDX AKA justru memilih untuk memperkuat identitas lokalitasnya. Hal ini terlihat jelas dalam potongan lirik lagu "Nemen":

*"Nanging ngopo, walesanmu neng aku*
*Kowe luwih milih dek'e*
*Kowe ninggal aku ninggal tatu*

*Kurang opo, nek ku mertahanke kowe*
*Kowe malah ngeboti liyane"*

Melalui lirik tersebut, NDX AKA tidak hanya melawan standar bahasa, tetapi juga melawan stigma kelas sosial. Penggunaan bahasa Jawa di atas ketukan global menunjukkan proses "pengalihan" fungsi genre, Hip-hop tidak lagi menjadi corong budaya Barat yang didominasi dengan lirik berbahasa inggris, melainkan menjadi perluasan bagi budaya-budaya lokal yang autentik.

Selain dari penggunaan bahasa daerah, hibriditas dalam genre Hip-hop Dangdut masa kini termanifestasi secara nyata melalui strategi alih kode (code-switching) dan campur kode (code-mixing) yang melibatkan bahasa Indonesia, Inggris, dan Jawa. Berdasarkan perspektif Bhabha (2019), fenomena ini menciptakan sebuah "Ruang Ketiga" (Third Space), yakni sebuah ruang transisi di mana elemen lokal dan global saling bernegosiasi dan menghasilkan identitas baru yang tidak dapat dikategorikan secara kaku.

Berdasarkan penelitian Yustiani dkk. (2025), penggunaan berbagai bahasa dalam lagu "Garam dan Madu" ini bukan sekadar pemanis artistik, melainkan refleksi dari dinamika sosial budaya masyarakat multibahasa yang sedang melakukan proses hibriditas. Hal ini terlihat dalam potongan lirik berikut:

*"Hold my hands, don't don't tell your friends*
*Cerita kemarin, kuingat permanen*
*Manismu kaya permen, I hope this never end*
*Oh can you be my Gwen, and i'll be the Spiderman"*

Pada kutipan di atas, penggunaan bahasa Inggris untuk membangun metafora populer (Gwen dan Spiderman) yang kemudian disambung dengan rima bahasa Indonesia yang repetitif menunjukkan adanya praktik mimicry dalam perspektif Bhabha (2019). Hibriditas ini semakin dipertegas dengan kemunculan hitungan bahasa Jawa:

*"Ji ro lu*
*Wanna tell my friends 'bout you"*

Penggunaan hitungan bahasa Jawa "ji ro lu" (siji, loro, telu) yang langsung diikuti oleh kalimat bahasa Inggris menunjukkan fleksibilitas bahasa. Menurut Yustiani dkk. (2025), alih kode internal (bahasa daerah) dan eksternal (bahasa Inggris) dalam unit kata serta klausa ini membuktikan bahwa lirik lagu masa kini tidak lagi terbatas pada satu bahasa tunggal.

**Tabel 1.Analisis Kontra-Hegemoni Aspek Linguistik Hip-hop Dangdut**

| **Dimensi Kontra-Hegemoni** | **Contoh Kasus** | **Makna dan Tujuan** |
|---|---|---|
| Resistensi lokal | Penggunaan bahasa Jawa oleh NDX AKA dalam lagu "Nemen". | Melawan dominasi bahasa Inggris dan standarisasi musik pop global; menghapus stigma "kampungan" pada bahasa daerah. |
| Hibriditas budaya | Penggabungan bahasa Indonesia, Inggris, dan Jawa dalam lagu "Garam dan Madu". | Menciptakan ruang transisi di mana budaya lokal dan global bernegosiasi menghasilkan identitas baru yang cair. |
| Intelektual organik | Kolaborasi Tenxii, Naykilla, dan Jemsii menggunakan bahasa sehari-hari/gaul. | Musisi bertindak sebagai agen yang menyuarakan realitas rakyat untuk merebut kembali ruang publik dari dominasi asing. |

Sumber: Penulis, 2026

Dilihat dari sudut pandang Antonio Gramsci, para musisi seperti Tenxii, Naykilla, dan Jemsii berperan sebagai intelektual organik. Mereka bukan sekadar penghibur, melainkan agen yang menggunakan bahasa sehari-hari rakyat, termasuk bahasa gaul hasil campuran Inggris-Indonesia, untuk

merebut kembali ruang publik digital dari dominasi hegemoni budaya asing. Berdasarkan temuan Yustiani dkk. (2025), alih kode ini merupakan strategi komunikatif yang mampu membangun kedekatan emosional sekaligus estetika yang khas. Dengan cara ini, mereka melakukan "Perang Posisi" (War of Position), di mana musik lokal tidak lagi dianggap subordinat, melainkan mampu bersanding sejajar dengan budaya global.

**Hibriditas Konten Visual dan Musik sebagai Strategi Perang Posisi**

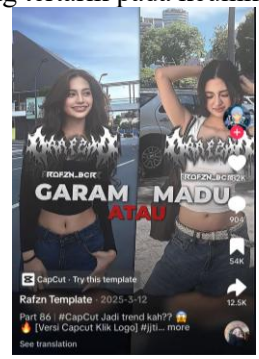
Strategi konten menjadi pilar utama dalam memperkuat narasi resistensi lokal di tengah gempuran tren budaya populer global. Melalui platform digital seperti TikTok, Instagram, dan YouTube, genre Hip-hop Dangdut (Hipdut) dikemas dengan estetika visual yang mampu menjembatani realitas kehidupan lokal dengan gaya penyuntingan modern.

Salah satu contoh nyata terlihat pada video musik "Kasih Aba-Aba" yang diciptakan oleh Tenxii, Naykilla, dan Jemsii di YouTube. Video musik tersebut menampilkan latar belakang Blok M yang merepresentasikan budaya gen z di Jakarta, namun dibalut dengan kualitas sinematografi dan color grading yang mengikuti standar industri musik internasional. Penggabungan antara konten lokal yang autentik dengan kemasan visual yang canggih ini menciptakan citra budaya Indonesia yang inklusif, sekaligus membuktikan bahwa lokalitas dapat tampil kompetitif di ruang publik digital global tanpa harus kehilangan jati dirinya.

Strategi visual dalam video musik "Kasih Aba-Aba" ini merupakan manifestasi dari konsep hibriditas dan Ruang Ketiga yang digagas oleh Homi Bhabha (2019). Dengan memilih latar Blok M yang ikonik sebagai pusat budaya Gen Z namun dikemas dengan standar estetika global, para musisi ini sedang melakukan praktik mimicry. Mereka mengadopsi format visual industri musik Barat (sinematografi dan color grading tingkat tinggi) namun mengisinya dengan narasi dan identitas lokal yang autentik. Praktik ini menciptakan tegangan budaya yang positif, di mana lokalitas tidak lagi dipandang sebagai entitas yang tertinggal, melainkan subjek modern yang mampu bernegosiasi dengan standar global.

Dilihat dari perspektif Antonio Gramsci, strategi konten digital ini adalah bentuk nyata dari "Perang Posisi" (War of Position). Para musisi seperti Tenxii, Naykilla, dan Jemsii bertindak sebagai intelektual organik yang menggunakan platform digital untuk merebut kembali dominasi ruang publik dari hegemoni budaya asing. Penggunaan elemen visual yang "keren" dan relevan dengan gaya hidup urban berfungsi sebagai alat komunikatif untuk membangun kedekatan emosional sekaligus memperkuat eksistensi musik lokal di mata audiens global.

Lebih jauh lagi, fenomena video singkat berformat JJ (jedag-jedug) di TikTok menjadi instrumen viralitas yang signifikan dalam memperluas jangkauan genre ini. Gaya penyuntingan yang dinamis dan sinkron dengan ketukan musik hibrida tidak hanya menarik audiens dari kalangan masyarakat bawah, tetapi juga menyasar audiens global yang tertarik pada keunikan audiovisual yang ditawarkan.




**Gambar 2. Tangkapan Layar Video TikTok Jedag-jedug Lagu "Garam dan Madu" pada Akun @rafzn_ina**

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026

Fenomena audiens yang memamerkan foto pribadi maupun idola mereka dengan editan yang sinkron terhadap beat Hipdut merupakan manifestasi dari konsep mimicry. Dalam hal ini, pengguna media sosial mengadopsi tren visual global namun mengubah kembali melalui ketukan dangdut yang spesifik, menciptakan sebuah identitas budaya baru yang "hampir sama tetapi tidak persis" (almost the same but not quite) dengan konten pop global lainnya. Aktivitas ini membangun sebuah "Ruang

Ketiga", di mana batasan antara konsumsi musik dan partisipasi kreatif menjadi kabur, memungkinkan lokalitas untuk bernegosiasi secara langsung dengan standar estetika digital internasional.

Sementara itu, melalui lensa Antonio Gramsci, fenomena viralitas JJ ini merupakan instrumen dari "Perang Posisi" (War of Position) yang dilakukan di tingkat akar rumput. Masyarakat bawah hingga audiens global yang terlibat dalam tren ini secara tidak langsung berperan sebagai perpanjangan tangan dari intelektual organik. Mereka menggunakan bahasa visual sehari-hari yang populer untuk merebut kembali ruang publik digital dari hegemoni budaya arus utama.

Melalui lagu Hipdut yang dijadikan latar belakang untuk memamerkan foto idola atau diri sendiri, audiens tidak lagi sekadar menjadi konsumen pasif, melainkan aktor aktif yang memperkuat eksistensi musik lokal dalam ekosistem digital yang partisipatif. Strategi ini secara efektif mengubah musik yang sering kali dianggap subordinat menjadi simbol kebanggaan identitas yang "keren" dan relevan, sekaligus menantang dominasi narasi budaya asing di platform global.

**Hip-hop Dangdut di Ruang Publik Global**

Hip-hop Dangdut (Hipdut) telah melampaui batas geografis nasional dan mulai mengukuhkan posisinya sebagai kekuatan budaya di ruang publik global. Melalui platform digital, genre hibrida ini tidak hanya dikonsumsi oleh masyarakat di dalam negeri, tetapi juga menarik perhatian audiens mancanegara serta komunitas diaspora Indonesia. Fenomena ini terlihat nyata dalam momentum penampilan Tenxii dan Naykilla di SXSW Sydney 2025. Kehadiran musisi Hipdut di panggung internasional ini membuktikan bahwa hibriditas antara elemen global dan lokal memiliki daya tawar tinggi dalam diplomasi budaya kontemporer.

Penampilan Tenxii dan Naykilla di SXSW Sydney 2025 merupakan representasi konkret dari keberhasilan musik lokal dalam menembus Ruang Publik Global. Dalam perspektif Homi Bhabha (2019), panggung internasional seperti SXSW berfungsi sebagai "Ruang Ketiga" (*Third Space*), di mana identitas budaya tidak lagi bersifat tunggal atau statis, melainkan hasil negosiasi yang terus-menerus antara elemen global dan lokal. Kehadiran Hipdut di Sydney membuktikan bahwa praktik *mimicry* yang dilakukan para musisi, dengan mengadopsi format Hip-hop namun tetap mempertahankan esensi Dangdut, telah menciptakan sebuah entitas budaya baru yang diakui secara global sebagai sesuatu yang "autentik sekaligus modern".

Fenomena ini juga dapat dibedah melalui teori "Perang Posisi" (*War of Position*) dari Antonio Gramsci. Melalui penetrasi ke panggung dunia, musisi Hipdut bertindak sebagai intelektual organik yang sedang menantang hegemoni musik pop Barat di kandangnya sendiri. Keberhasilan mereka di luar negeri menunjukkan bahwa strategi digitalisasi dan penggunaan bahasa yang cair, seperti alih kode antara bahasa Indonesia, Inggris, dan Jawa efektif dalam membangun kedekatan emosional dengan audiens mancanegara. Hal ini selaras dengan liputan media internasional seperti Asia News Network (2026) yang mencatat transisi Hipdut dari sekadar eksperimen lokal menjadi suara dominan pemuda Indonesia yang diakui secara internasional.

Kehadiran musisi Hipdut di panggung global ini bukan sekadar pencapaian hiburan, melainkan sebuah bentuk perlawanan terhadap batasan genre tradisional. Dengan memanfaatkan algoritma media sosial yang lintas batas, mereka berhasil mengubah posisi musik hibrida dari yang semula dianggap sebagai budaya marginal menjadi kekuatan kreatif yang sejajar dengan tren pop dunia. Strategi ini menegaskan bahwa hibriditas yang dikelola secara tepat dapat menjadi instrumen diplomasi budaya yang kuat, yang mampu memproyeksikan citra Indonesia sebagai bangsa yang dinamis dan berdaulat di era globalisasi.

Di ranah media sosial, perluasan pengaruh Hipdut semakin diperkuat oleh interaksi lintas budaya yang melibatkan ikon pop global. Munculnya beberapa Idol K-pop yang melakukan tren “velocity” di TikTok menggunakan lagu-lagu Hip-hop Dangdut menjadi bukti bahwa genre ini memiliki keunikan audiovisual yang diakui secara internasional. Salah satu idol K-pop yang ikut meramaikan tren ini adalah Leeseo dari IVE. Dalam videonya, Leeseo melakukan gerakan dance meenggunakan lagu “Kasih Aba-Aba” dari Tenxi, Naykilla, Jemsii.




**Gambar 3. Tangkapan Layar Unggahan akun @IVE.official di TikTok**
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026

Fenomena keterlibatan idol K-pop seperti Leeseo (IVE) dalam tren "velocity" menggunakan lagu "Kasih Aba-Aba" merupakan bukti nyata bagaimana hibriditas budaya bekerja di ruang digital global. Dalam lensa Homi Bhabha (2019), interaksi ini menciptakan sebuah "Ruang Ketiga" (*Third Space*) yang melampaui batas-batas nasional. Ketika seorang idol global mengadopsi ketukan Hip-hop Dangdut, terjadi proses hibriditas di mana identitas musik lokal Indonesia bernegosiasi dengan estetika pop global. Aktivitas Leeseo ini dapat dipandang sebagai bentuk mimicry yang produktif; ia tidak sekadar meniru, namun memberikan validasi global terhadap elemen lokal, sehingga menciptakan daya tarik audiovisual yang baru dan inklusif.

Sementara itu, melalui perspektif Antonio Gramsci, tren ini menandai keberhasilan "Perang Posisi" yang dilakukan oleh musisi Hipdut di ranah digital. Dengan masuknya lagu lokal ke dalam konsumsi idol internasional, terjadi pergeseran hegemoni di mana musik yang sering dianggap subordinat kini mampu merebut ruang publik digital dan bersanding dengan budaya arus utama.

Musisi seperti Tenxii, Naykilla, dan Jemsii berperan sebagai intelektual organik yang berhasil memediasi budaya rakyat ke dalam format yang prestisius secara global. Strategi alih kode dan penggunaan bahasa yang cair dalam lagu tersebut terbukti menjadi alat komunikatif yang efektif untuk membangun kedekatan emosional, tidak hanya bagi audiens lokal, tetapi juga bagi audiens mancanegara yang terhubung melalui algoritma partisipatif media sosial.

**Di Antara Tradisi dan Modernitas: Menavigasi Tegangan Budaya**

Kehadiran Hip-hop Dangdut dalam industri musik nasional tidak luput dari dinamika tegangan antara upaya pelestarian nilai tradisional dan tuntutan modernitas industri global. Di satu sisi, hibriditas ini sering kali menghadapi tantangan legitimasi dari kelompok puritan yang menganggap pencampuran genre global dapat merusak "kemurnian" pakem musik dangdut maupun instrumen tradisional.

Melalui perspektif Homi Bhabha (2019), tegangan ini muncul karena Hipdut berada di "Ruang Ketiga" (*Third Space*), sebuah area transisi yang menggoyahkan otoritas budaya asli melalui proses hibriditas. Bagi sebagian kalangan, praktik mimicry atau peniruan format hip-hop dianggap mengaburkan esensi dangdut sebagai identitas nasional yang "asli", menciptakan kecemasan akan hilangnya nilai-nilai tradisional akibat asimilasi budaya Barat.

Di sisi lain, meskipun telah meraih popularitas masif di platform digital seperti TikTok dan YouTube, Hipdut masih diperhadapkan pada stigma kelas yang menempatkannya sebagai musik yang "kurang elit" atau subordinat dibanding genre pop/R&B Barat. Ketegangan ini dapat dibedah melalui teori Hegemoni dari Antonio Gramsci, di mana selera musik "elit" sering kali ditentukan oleh hegemoni budaya dominan yang mengagungkan standar estetika Barat.

Namun, melalui strategi "Perang Posisi" (*War of Position*), para musisi Hipdut seperti Tenxii dan Naykilla bertindak sebagai intelektual organik yang mencoba membongkar stigma tersebut. Mereka membuktikan bahwa penggunaan bahasa yang cair—seperti alih kode (Inggris-Indonesia-Jawa) dalam lagu "Garam dan Madu", bukanlah tanda ketidakmampuan, melainkan strategi komunikatif untuk membangun estetika baru yang inklusif dan kompetitif di era digital.

Ketegangan budaya ini memaksa para musisi untuk terus menavigasi posisi mereka di antara dua kutub: tuntutan industri musik global yang menuntut standarisasi visual/auditori, serta tanggung jawab moral untuk menjaga karakteristik lokalitas. Popularitas organik Hipdut di ruang publik global, termasuk keberhasilannya menarik perhatian artis internasional seperti Leeseo dari IVE, menunjukkan

bahwa hibriditas yang dikelola dengan baik justru dapat menjadi jembatan diplomasi budaya yang efektif.

Pada akhirnya, tantangan Hipdut bukan lagi sekadar mempertahankan kemurnian tradisi, melainkan bagaimana terus berinovasi dalam "Ruang Ketiga" tersebut agar musik lokal tidak hanya menjadi tren sesaat, tetapi mampu berdiri tegak sebagai identitas modern yang berdaulat di tengah arus globalisasi.

**Batasan Musik Hibrida dalam Diplomasi Budaya**

Meskipun memiliki potensi besar sebagai instrumen kekuatan lunak (*soft power*), efektivitas Hip-hop Dangdut dalam kerangka diplomasi budaya formal masih menyisakan ruang kritik yang signifikan. Sejauh ini, resonansi global yang dicapai oleh genre hibrida ini tampak lebih banyak bergerak secara organik melalui penetrasi algoritma media sosial dan inisiatif independen para musisi daripada hasil dari strategi diplomasi budaya yang terstruktur oleh negara.

Jika dibedah melalui perspektif Antonio Gramsci, popularitas Hipdut saat ini lebih bersifat "spontan" dan organik, digerakkan oleh para intelektual organik di ruang digital daripada sebuah strategi "Perang Posisi" (*War of Position*) yang dirancang secara sistematis oleh negara. Sejauh ini, penetrasi genre ini ke kancah internasional, seperti penampilan di panggung luar negeri atau viralitas di kalangan idol global, merupakan hasil dari agensi mandiri musisi dan kekuatan algoritma media sosial. Hal ini mengkritik posisi pemerintah yang cenderung hanya menjadi "penonton" atas keberhasilan organik tersebut tanpa memberikan dukungan infrastruktur diplomasi yang terstruktur dan berkelanjutan.

Dalam kacamata Homi Bhabha (2019), fenomena ini menunjukkan bahwa "Ruang Ketiga" (*Third Space*) yang diciptakan oleh Hipdut masih beroperasi di luar radar kebijakan diplomasi budaya resmi negara. Negara seringkali masih terjebak pada standarisasi budaya "adiluhung" atau tradisional yang kaku untuk diperkenalkan ke luar negeri, sementara produk hibriditas modern seperti Hipdut yang justru lebih kompetitif di era digital seringkali terabaikan.

Ketidakhadiran strategi negara yang integratif membuat Hipdut berisiko hanya menjadi tren sesaat (*fads*) di ruang siber. Tanpa dukungan kebijakan yang konkret, seperti kemudahan akses ekspor karya, perlindungan hak cipta internasional, atau promosi melalui atase kebudayaan, potensi Hipdut sebagai identitas nasional yang inklusif akan sulit dikonversi menjadi modal politik budaya jangka panjang bagi Indonesia.

Selain itu, ketergantungan penuh pada platform digital global seperti TikTok dan YouTube menunjukkan kerentanan dalam kedaulatan budaya. Penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan digital musisi lokal seperti NDX AKA atau kolaborasi Tenxii dkk. sangat bergantung pada kemampuan mereka menavigasi algoritma.

Kritik utama di sini adalah apakah diplomasi budaya Indonesia cukup berani untuk mengakui hibriditas, termasuk penggunaan alih kode bahasa Inggris-Indonesia-Jawa, sebagai bahasa diplomasi baru yang relevan. Jika pemerintah tidak segera melakukan intervensi strategis untuk memayungi fenomena organik ini, maka batasan musik hibrida ini akan tetap tertahan pada level popularitas digital tanpa pernah mencapai pengaruh diplomasi yang substansial di panggung kebijakan global.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena Hip-hop Dangdut (Hipdut) bukan sekadar tren musik musiman, melainkan sebuah bentuk resistensi lokal yang strategis terhadap hegemoni budaya global. Melalui lensa Homi Bhabha, Hipdut berhasil menciptakan "Ruang Ketiga" (*Third Space*) yang menjembatani tradisi lokal dengan modernitas global melalui praktik mimicry yang autentik.

Penggunaan strategi bahasa, seperti alih kode (*code-switching*) dan campur kode (*code-mixing*) antara bahasa Jawa, Indonesia, dan Inggris, terbukti menjadi alat komunikatif yang efektif untuk merebut kembali ruang publik digital. Selain itu, pemanfaatan platform media sosial seperti TikTok dan YouTube telah mengubah musik yang semula dianggap marginal menjadi kekuatan kreatif yang mampu bersanding sejajar di kancah internasional.

Secara akademis, manuskrip ini memberikan kontribusi pada studi budaya dan sosiolinguistik dengan membedah bagaimana intelektual organik dalam industri musik lokal melakukan "Perang Posisi" (*War of Position*) di era digital. Penelitian ini memperkaya diskursus mengenai hibriditas budaya, menunjukkan bahwa keterlibatan audiens global dan ikon pop internasional (seperti idol K-pop) terhadap musik lokal Indonesia merupakan validasi atas kekuatan daya tawar budaya hibrida.

Temuan ini juga mengukuhkan peran penting estetika visual modern dalam mengubah persepsi masyarakat terhadap musik daerah.

Berdasarkan temuan penelitian ini, disarankan bagi pemerintah dan pemangku kebijakan untuk merumuskan strategi diplomasi budaya yang lebih integratif dan terstruktur, guna memayungi fenomena musik hibrida ini agar popularitasnya tidak hanya berhenti sebagai tren digital sesaat, melainkan menjadi modal politik budaya jangka panjang Indonesia di kancah internasional.

Bagi para musisi dan pelaku industri kreatif, sangat penting untuk terus berinovasi dalam mengelola hibriditas bahasa dan visual guna mempertahankan kedekatan emosional dengan audiens multibahasa yang semakin dinamis. Terakhir, bagi peneliti selanjutnya, perlu dilakukan kajian yang lebih mendalam mengenai aspek kedaulatan digital dan perlindungan hak cipta internasional bagi musisi independen yang bergerak di ekosistem platform global, mengingat ketergantungan yang tinggi terhadap algoritma media sosial dalam proses distribusi karya.

## DAFTAR PUSTAKA

AntiNRML. (2025). About us. Diakses dari https://www.antinrml.studio/about

Believe. (2024). 5 Hal yang Perlu Diketahui dalam Pasar Musik Digital di Indonesia bersama Dahlia Wijaya. Diakses dari https://www.believe.com/id/article/5-hal-yang-perlu-diketahui-dalam-pasar-musik-digital-di-indonesia-bersama-dahlia-wijaya/

Bhabha, H. K. (2019). The Location of Culture. Routledge.

Detik Jatim. (2024, 24 Juni). 6 Lagu Populer NDX AKA Lengkap Beserta Liriknya. Detikcom. Diakses dari https://www.detik.com/jatim/budaya/d-7406264/6-lagu-populer-ndx-aka-lengkap-beserta-liriknya

Fatonah, A. R., Ardiantika, F. N., Safitri, K., & Santoso, F. Z. (2026). Strategi Digitalisasi Musik Lokal: Studi Peran Media Sosial dalam Popularitas NDX AKA. SOSMANIORA (Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora), 5(1), 244-251. https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v5i1.7614

Goodstats.id (2025, 6 Maret). Garam dan Madu jadi lagu paling populer di Indonesia awal 2025. GoodStats Data. Diakses dari https://data.goodstats.id/statistic/garam-dan-madu-jadi-lagu-paling-populer-di-indonesia-awal-2025-OjbPX

IDN Research Institute. (2024). Indonesia Gen Z Report 2024. IDN Media. Diakses dari https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-gen-z-report-2024.pdf

Ikhsano, A., & Stellarosa, Y. (2015). The Resistance of Hollywood Movie Hegemony in Indonesia: Gramscian Analysis on Indonesian Tax of Imported Movies. TIIKM Journal of Film, Media and Communication, 1(1), 12-19. https://doi.org/10.17501/jfmc.2448-9328.1.1102

Nanda, R. P. P. (2023). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Lirik Lagu "Aisyah Istri Rasulullah" Syakir Daulay. Communications, 5(1), 280-300. https://doi.org/communications5.1.1

Pangeran, N., Putri, D., Pramudika, S. S., & Lumbanraja, V. I. (2024). Unsur Musik Lagu Garam dan Madu sebagai Evolusi Musik Dangdut. Jurnal Kultur, 4(2), 432–442. http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/kultur

Putradarma, R. (2017). Subkultur Hiphop Indie Label di Yogyakarta: Sebuah Alternatif atau Siasat dalam Menciptakan "Pasar" Baru?. Jurnal Pemikiran Sosiologi 4(2), 120–141. https://doi.org/10.22146/jps.v4i2.28585

Setyawan, A. (2023). Perkembangan Musikalitas Dangdut. Dalam Sounding Indonesia, Indonesians Sounding: A Compendium of Music Discourses (hlm. 179-193). ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/390426638

Simon, R. (1991). Gramsci's Political Thought: An Introduction (Revised ed.). Lawrence & Wishart.

Tempo. (2025, 13 Januari). Lagu Garam Madu Menang Karya Produksi Terbaik-Terbaik AMI Awards 2025. Tempo.co. Diakses dari https://www.tempo.co/teroka/lagu-garam-madu-menang-karya-produksi-terbaik-terbaik-ami-awards-2025-2091560

Utami, A. R., Akbar, M. F., & Allifiansyah, S. (2026). Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Lagu Rex Orange County Yang Berjudul “Happiness’’. Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu, 3(10), 11-25. https://doi.org/10.59435/gjmi.v3i10.1774

Yustiani, E., Qolbi, F., Alifa, N., Arti, W., & Neina, Q. A. (2025). Alih Kode dan Campur Kode dalam Lirik Lagu “Garam dan Madu” Karya Tenxi, Naykilla, dan Jemsii: Sebuah Kajian Sosiolinguistik. Anthology: Journal of Language, Literature, and Learning, 1(1), 40-50. https://doi.org/10.15294/anthology.v1i1.25276