

## DOMINASI BUDAYA POPULER: PENGUATAN NILAI-NILAI BUDAYA MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL

**Abd. Wahab A. Rahim**

Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

[abdwahab.arahim27@gmail.com](mailto:abdwahab.arahim27@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana respons generasi muda Indonesia terhadap budaya populer dan mencoba mengurai seberapa pengaruh platform media sosial sebagai sarana dipromosikannya budaya populer, agar bisa dimanfaatkan untuk menanamkan nilai-nilai budaya pada generasi muda. Penelitian ini menggunakan dua konsep budaya populer, yaitu budaya populer sebagai produk yang berpengaruh dalam membentuk generasi muda menjadi bagian individu konsumerisme yang menegasikan esensi dan budaya populer sebagai sarana yang dapat dimanfaatkan untuk mengkampanyekan nilai-nilai kebudayaan lokal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang pengumpulan datanya dilakukan dengan cara observasi, wawancara mendalam dan diskusi bersama para informan. Informan dalam penelitian ini merupakan generasi muda yang sedang melaksanakan studi di Jabodetabek dan sering menggunakan media sosial. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa budaya populer memiliki dampak signifikan pada identitas pemuda, menggambarkan bagaimana mereka melihat diri mereka sendiri dan dunia di sekitar mereka. Pemuda merespons budaya populer dengan cara yang kompleks, sering kali mengadopsi, menolak, atau mereinterpretasi elemen-elemen budaya tersebut dan media sosial juga memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam membentuk persepsi generasi muda perihal penegasan nilai-nilai kebudayaan. Studi ini memberikan wawasan berharga bagi pengambil kebijakan, pendidik, dan peneliti yang tertarik untuk memahami peran budaya populer dalam membentuk generasi muda dan masa depan budaya sebagai penguatan identitas lokal dalam rangka meneguhkan identitas nasional.

**Kata Kunci:** Budaya Populer; Media Sosial; Generasi Muda; Nilai Budaya

### Abstract

This study aims to see the response of Indonesia's young generation to popular culture and try to unravel how influential social media platforms are as a means of promoting popular culture, so that they can be used to instill cultural values in the younger generation. This study uses two concepts of popular culture, namely popular culture as a product that is influential in shaping the younger generation into consumerist individuals who negate the essence and popular culture as a means that can be used to campaign for cultural values. This study uses a qualitative method where data collection is carried out using observation, in-depth interviews and discussions with informants. The results of the study reveal that popular culture has a significant impact on youth identity, describing how they see themselves and the world around them. The youth respond to popular culture in complex ways, often adopting, rejecting, or reinterpreting these cultural elements and social media also has a significant influence in shaping the perceptions of the younger generation regarding the affirmation of cultural values. This study provides valuable insights for policymakers, educators and researchers who are interested in understanding the role of popular culture in shaping the younger generation and the future of culture as strengthening local identity to strengthen national identity.

**Keywords:** Popular Culture; Social Media; The Youth Generation; Culture Values



© Author(s) 2024

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

## PENDAHULUAN

Rasionalitas yang mensponsori modernitas mampu merubah tatanan dunia secara global. Modernitas yang didengungkan mampu menjawab persoalan yang dihadapi oleh manusia dalam rentang waktu sejarah, tidak selamanya berjalan mulus. Walau ada banyak masalah yang terselesaikan bukan berarti umat manusia benar-benar terhindar dari masalah. Kritik terhadap modernitas banyak diurai oleh para pemikir seperti Ulrich Beck dan Anthony Giddens yang dikenal dengan konsep *risk society*.

Modernitas yang didukung melalui globalisasi menyebabkan terjadinya perubahan tatanan kehidupan secara radikal dari segala aspek. Perubahan tersebut disebabkan oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang mampu memperluas interaksi antar manusia. Arus globalisasi yang tak terbendung menyebabkan individu tidak memiliki pilihan lain selain harus memanfaatkan peluang yang ada, atau bahkan harus merubah tantangan dari globalisasi menjadi peluang. Dampaknya bukan hanya pada industri material tetapi juga yang oleh Adorno disebut sebagai “Industri Budaya”.<sup>1</sup>

Indonesia sebagai negara berkembang, cenderung menjadi sasaran pengembangan teknologi yang dipromosikan oleh negara maju, itu sebabnya pengaruh tersebut merambat sampai pada aspek kebudayaan, salah satu yang kajian yang berkembang sejalan dengan globalisasi adalah budaya populer (*pop culture*). Budaya populer merujuk pada sekumpulan ide, tren, citra, dan praktik yang secara luas diterima dan diadopsi oleh sebagian besar masyarakat.

Kemudahan informasi yang diperoleh, membuat individu cenderung luput dari substansi, sehingga individu diarahkan pada konsumerisme. Begitu juga dengan peran utama media dalam hal ini adalah memberikan gambaran suatu komoditas, sehingga yang perlu diingat adalah bahwa apa yang diiklankan tersebut hanya membuat individu terjebak pada citra yang dipromosikan bukan pada nilai kegunaannya bagi kehidupan individu.<sup>2</sup> Pada abad ke-XX krisis nilai karena proses dari industrialisasi kebudayaan dikritik oleh Theodor Adorno, Adorno melihat bahwa produk-produk dari industri kebudayaan bertanggung jawab terhadap alienasi yang semakin lama semakin dalam yang dialami oleh para konsumennya.<sup>3</sup> karena budaya populer dibuat pada *interface* antara sumber-sumber daya budaya yang dihasilkan oleh kapitalisme dan kehidupan sehari-hari.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> J. Scott, *Social Theory: Central Issues in Sociology, terjemahan Teori Sosial: Masalah-Masalah Pokok Dalam Sosiologi*, (Cetakan ke. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2021).

<sup>2</sup> D. Imandudin Effendi and A. Ridwan, *Dakwah & Media Massa Pespektif Sosiologi dan Budaya Populer*, 2nd ed. (Bandung: Yayasan Lidzikri, 2022).

<sup>3</sup> J. Scott, *Social Theory: Central Issues in Sociology, terjemahan Teori Sosial: Masalah-Masalah Pokok Dalam Sosiologi*, (Cetakan ke. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2021).

<sup>4</sup> J. Fiske, *Understanding Popular Culture terjemahan Memahami Budaya Populer*. (Yogyakarta: Percetakan Jalasutra, 2011).

Apa yang menjadi kekhawatiran Adorno semakin meluas di era sekarang, kritik Adorno pada industrialisasi budaya merujuk pada musik, radio dan film.<sup>5</sup> sekarang semakin melebar ke berbagai platform termasuk media sosial sebagai sarana promosi, sehingga apa yang menjadi kekhawatiran Adorno benar-benar terwujud. Objek-objek kebudayaan oleh perusahaan-perusahaan bisnis besar, yang dijalankan oleh para ahli keuangan, manajer, dan teknisi dan diperlakukan seperti komoditas lain. Sehingga menyebabkan kebudayaan yang memiliki nilai luhur perlahan memudar.

Pada hakekatnya, budaya pop merupakan produk masyarakat industrial, di mana kegiatan pemaknaan dan hasilnya (yakni kebudayaan) dihasilkan dan ditampilkan dalam jumlah besar, kerap dengan bantuan teknologi produksi, distribusi, dan penggandaan-massal, sehingga gampang dijangkau masyarakat luas.<sup>6</sup> Komoditas kebudayaan dinilai menurut kepopuleran. Bahwa perkembangan teknologi dan kemudahan akses terhadap segala komoditas kebudayaan yang terus diiklankan membuat individu hidup di tengah surga komoditas yang mendorong kita terjebak pada apa yang 'diinginkan' bukan pada apa yang 'dibutuhkan'.

Di zaman sekarang ada banyak platform yang bisa dijadikan ruang sebagai media promosi, seperti *Facebook*, *Instagram*, *Youtube* dan *Tiktok*. *Facebook* mencapai puncak kejayaan media promosi pada rentang waktu 2005-2010 sedangkan *youtube* mulai dari era 2015 hingga saat ini,<sup>7</sup> selain *Youtube*, *Tiktok* juga menjadi platform baru yang menjadi ruang baru bagi anak muda untuk mengekspresikan diri atau memperoleh informasi.<sup>8</sup>

Upaya untuk menyeimbangi dominasi budaya populer adalah dengan cara mengkampanyen nilai-nilai budaya lokal yang mampu memperkuat identitas individu dalam suatu komunitas. Pemanfaatan ruang-ruang digital dengan konten-konten yang tidak sekedar merujuk pada laba tapi hasil untuk mampu membentuk persepsi individu yang lebih baik. Penguatan budaya nilai-nilai budaya lokal dimaksudkan untuk meneguhkan identitas nasional, karena seperti yang diketahui bahwa Indonesia adalah negara yang nilai-nilai kebudayaan lokalnya sangat beragam yang kemudian disepakati dalam satu nilai kebangsaan, yaitu Pancasila.

Di Indonesia, komitmen untuk melestarikan nilai-nilai budaya terwujud dalam upaya Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi dalam menetapkan Warisan Budaya Tak Benda (WBTb). Komitmen terhadap WBTb dimulai ketika pemerintah mulai meratifikasi

---

<sup>5</sup> C. Peoples, "Theodor Adorno," in *Critical Theorists and International Relations*, J. Edkins and N. Vaughan-Williams, Eds. (New York: Routledge, 2009). doi: 10.4324/9780203881842.

<sup>6</sup> A. Heryanto, "Pop Culture and competing identities," in *Popular Culture in Indonesia Fluid identities in post-authoritarian politics*, A. Heryanto, Ed. (New York: Routledge, 2008).

<sup>7</sup> D. Wiryany and T. V. Pratami, "Kekuatan Media Baru Youtube Dalam Membentuk Budaya Populer," *ArtComm J. Komun. dan Desain*, vol. 2, no. 02, pp. 25–30, (2019), doi: 10.37278/artcomm.v2i02.199.

<sup>8</sup> P. N. Rahmana, D. A. Putri N, and R. Damariswara, "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Edukasi Di Era Generasi Z," *Akademika*, vol. 11, no. 02, pp. 401–410, (2022), doi: 10.34005/akademika.v11i02.1959.

*Convention for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage* kemudian pada tahun 2007 didukung dengan Peraturan Presiden Nomor 78 Tahun 2007 tentang pengesahan *Convention for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage* atau Konvensi Pelindungan Terhadap Warisan Budaya Tak Benda Indonesia.

Standar mengenai Warisan Budaya Tak Benda, Indonesia merujuk pada kesepakatan global yaitu konvensi *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) 2003, dalam konvensi tersebut ditetapkan ke dalam lima kategori yaitu Tradisi dan ekspresi lisan, termasuk bahasa sebagai wahana warisan budaya takbenda; Seni pertunjukan; Adat istiadat masyarakat, ritus, dan perayaan-perayaan; Pengetahuan dan kebiasaan perilaku mengenai alam dan semesta; Kemahiran kerajinan tradisional.<sup>9</sup> Sejak tahun 2013 hingga 2022 ada sebanyak 1728 Warisan Budaya Tak Benda yang telah ditetapkan oleh pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi.

Salah satu nilai budaya yang masih eksis adalah nilai budaya di Tidore. Nilai-nilai tentang kehidupan yang terus dijaga seperti, warisan budaya dan identitas lokal dihormati dan dijaga oleh masyarakat Tidore. Hal ini termasuk menjaga tradisi, adat istiadat, tari, musik dan seni rupa sebagai bagian integral dari identitas komunitas. Kesultanan masih tetap eksis hingga saat ini juga kedaton yang masih terus berdiri kokoh. Nilai yang diajarkan seperti *Loa se Banari, Kie se Kolano, Cing se Cingari, Syah se Fakati, Adat se Nakodi, Fara se Filang, Suba se Pakasaan, Ngaku se Rasai, Budi se Bahasa, Mae so Kolofino* terus menerus diajarkan dan dipraktikkan.

Nilai-nilai kebijaksanaan spiritual, seperti keikhlasan, keadilan, dan rasa hormat terhadap ketetapan Tuhan, dihormati dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari harus terus dilestarikan dan diajarkan entah melalui pendidikan formal ataupun informal. Pemanfaatan ruang-ruang digital harus masif agar setidaknya bisa menyambangi trend-trend terbaru yang minim esensi. Karena budaya populer mengacu pada segala sesuatu yang populer di masyarakat pada waktu tertentu. Budaya pop mencakup tren, gaya hidup, hiburan, dan ekspresi kreatif yang mengatur percakapan dan aktivitas sehari-hari masyarakat.

Generasi muda sebagai kelompok usia yang relatif muda mempunyai peranan penting dalam membentuk dan melanggengkan budaya populer yang sangat sangat dipengaruhi oleh media, teknologi, dan perubahan sosial. Mereka seringkali menjadi aktor utama dalam penerapan, penciptaan, dan penyebaran tren baru. Ada banyak penelitian yang menjelaskan terkait hubungan antara budaya populer dan pengaruhnya terhadap generasi muda, seperti yang ditulis oleh Vyomakesisri et al., "*Popular culture influences an individual's attitudes towards certain topics*

---

<sup>9</sup> D. D. Paluseri, S. A. Putra, H. S. Hutama, M. Hidayat, and R. A. Putri, *Penetapan Warisan Budaya Tak Benda Indonesia Tahun 2018*. (Jakarta: DIREKTORAT WARISAN DAN DIPLOMASI BUDAYA DIREKTORAT JENDERAL KEBUDAYAAN KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN, 2018).

*and as a result of this, it has both positive and negative impacts...".<sup>10</sup> Singh menjelaskan bahwa "...pop culture variables (fashion, film, television, music, and culture) have a strong influence on young people's cultural identities..".<sup>11</sup> Dampak signifikan dari budaya populer juga merambat masuk pada praktek-praktek keagamaan.<sup>12</sup> Pengaruh budaya populer harus dimanfaatkan secara maksimal dalam hal penguatan identitas nasional kepada generasi muda.<sup>13</sup>*

Berbeda dari penelitian sebelumnya, artikel ini mencoba mengurai pemahaman generasi muda tentang budaya populer dan mengulas bagaimana ruang digital mampu menjadi sarana baru yang mampu dimanfaatkan sebagai *tools* untuk meneguhkan kembali identitas lokal, bukan sekedar menjadi ruang kosong tak bermakna. Dasar argumentasi dari penelitian yaitu budaya populer secara konseptual gagasan mengenai budaya populer tidak begitu familiar pada kalangan generasi muda, hanya saja budaya populer sebagai fenomena sosial dialami oleh generasi muda dan memiliki dampak yang signifikan terhadap sudut pandang generasi muda. Media Sosial sebagai bagian dari teknologi menjadi ruang interaksi yang mempercepat penyebaran budaya populer dan generasi muda mempunyai peranan penting dalam membentuk dan melanggengkan budaya populer. Mereka seringkali menjadi aktor utama dalam penerapan, penciptaan, dan penyebaran tren baru.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui, observasi, wawancara, diskusi bersama informan dan kajian pustaka. Peneliti melaksanakan observasi langsung saat acara Sail Tidore yang dilaksanakan di pantai Tugulufa, Kota Tidore Kepulauan pada tanggal 24 /sd 29 November 2022. Dalam observasi tersebut penulis juga berdiskusi dengan generasi muda perihal pelaksana event nasional yang memanfaatkan media sosial sebagai promosi kegiatan yang di desain berdasar pada nilai-nilai kebudayaan lokal. Observasi penelitian ini dimungkinkan karena peneliti sendiri adalah putra kelahiran kota Tidore Kepulauan dan selama 24 tahun hidup di Tidore, terlibat dalam kegiatan-kegiatan literasi yang mengkaji mengenai nilai-nilai budaya lokal Tidore.

Penelitian berfokus pada generasi muda Kota Tidore Kepulauan yang melanjutkan jenjang pendidikan di Jabodetabek sebagai informan, generasi muda yang berada dalam tatanan kota yang begitu kosmopolit tetapi datang dengan pengetahuan dan pegangan terhadap satu nilai, yaitu nilai

---

<sup>10</sup> T. Vyomakesisri, T. Sonu, and D. Srikanth, "POP Culture: Interaction of and Influence on the Youth," *Int. J. English Lit. Soc. Sci.*, vol. 5, no. 1, pp. 8–12, (2019), doi: 10.22161/ijels.51.2.

<sup>11</sup> A. K. Singh, "A Study of Popular Culture and its Impact on Youth's Cultural Identity," *Creat. Launcher*, vol. 7, no. 6, pp. 150–157, (2022), doi: 10.53032/tcl.2022.7.6.16.

<sup>12</sup> R. S. R. Waluyajati and A. Syahuri, "Budaya Pop dalam Tradisi Shalawatan Pada Masyarakat Pedesaan," *Relig. J. Stud. Agama-Agama dan Lintas Budaya*, vol. 2, no. 3, p. 159, (2019).

<sup>13</sup> R. Rastaty, "Internalizing Pancasila Through Pop Culture and Youth Community," *J. Masy. dan Budaya*, vol. 24, no. 2, pp. 219–230, (2022), doi: 10.55981/jmb.1601.

kebudayaan lokal Tidore sebagai identitas. Pengambilan data melalui wawancara dan diskusi dilakukan sejak tanggal 30 Juli s/d 20 Agustus 2023. Proses penelitian dilakukan dengan membandingkan data hasil observasi, wawancara dan diskusi dengan hasil penelitian literatur yang berasal dari sumber-sumber studi kepustakaan.

Penelitian ini dipaparkan ke dalam beberapa pembahasan, yaitu: *Pertama*, pendahuluan yang menjelaskan gambaran umum dari alasan perlu dilaksanakan penelitian ini. *Kedua*, metode penelitian. *Ketiga*, hasil dan pembahasan, pada bagian hasil penulis mengurai tentang kerangka konsep budaya populer. Sedangkan pada bagian pembahasan, penulis mengurai realitas sosial dalam perspektif budaya populer yaitu pengaruh media sosial terhadap penguatan nilai-nilai budaya pada generasi muda. *Ke-lima*, penutup yang merupakan gambaran dari kesimpulan artikel secara keseluruhan dan rekomendasi kepada *policymaker*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Budaya Populer Sebagai Sebuah Konsep

Mengidentifikasi sebuah definisi secara pasti untuk istilah budaya populer tidak semudah yang dipersepsikan. Dalam banyak literatur, budaya populer (*budaya pop/ popular culture/ pop culture*) dengan cara menjabarkan makna secara terpisah antara dua kata tersebut. Hal itu dikarenakan budaya populer kerap disamakan dengan beberapa istilah lain yang dalam bagian-bagian tertentu memiliki perbedaan. Budaya populer sebagai sebuah konsep menjadi perdebatan yang menarik di kalangan akademisi, sehingga memunculkan beragam pengertian. Itu sebabnya, tak bisa disangkal bahwa ada begitu banyak konsep 'budaya populer' yang memiliki status sama-sama sah.

John Storey dalam *Cultural Theory and Popular Culture an Introduction* mencoba memetakan *landscape* konseptual budaya populer secara umum. Storey menjabarkan makna Budaya Populer ke dalam enam bagian. *Pertama*, budaya populer dilihat dari dimensi kuantitatif yang merujuk pada makna "populer". "*An obvious starting point in any attempt to define popular culture is to say that popular culture is simply culture that is widely favoured or well liked by many people...*".<sup>14</sup> Makna populer oleh Storey, merujuk pada yang dijelaskan oleh William, yaitu: '*well liked by many people*'; '*inferior kinds of work*'; '*work deliberately setting out to win favour with the people*'; '*culture actually made by the people for themselves*'.<sup>15</sup> Definisi ini dapat dipahami sebagaimana fenomena yang terjadi di masyarakat seperti meledaknya penjualan album grup musik tertentu, film, acara olah raga, dll atau berbagai macam acara lainnya.

---

<sup>14</sup> J. Storey, *Cultural Theory and Popular Culture An Introduction*, Fifth edit. (London, (2009)). doi: 10.4324/9781315640051-53.

<sup>15</sup> J. Storey, *Cultural Theory and Popular Culture An Introduction*, Fifth edit. (London, 2009). doi: 10.4324/9781315640051-53.

*Kedua*, pemaknaan budaya pop yang didasarkan pada yang ditinggalkan oleh budaya tinggi. Budaya populer didefinisikan sebagai “...a residual category, there to accommodate texts and practices that fail to meet the required standards to qualify as high culture. In other words, it is a definition of popular culture as inferior culture...”.<sup>16</sup>

*Ketiga*, budaya pop dimaknai sebagai “budaya massa”. Penyebutan budaya pop sebagai budaya massa didasarkan pada “... want to establish is that popular culture is a hopelessly commercial culture...”. Karena budaya pop sering tanpa malu bersekutu dengan industri hiburan yang secara kasar memburu laba, sulit bagi para cendekiawan untuk menghargai budaya pop. Istilah tersebut “mengacu pada budaya yang direndahkan, diremehkan, dangkal, dibuat-buat, dan seragam”.<sup>17</sup> Budaya pop seringkali dipahami terutama sebagai barang hiburan dan barang dagangan untuk meraup laba, meski ada kasus budaya (pop atau yang lainnya) yang terang-terangan dirancang untuk membuahakan pernyataan politik, dan kemudian jadi terkenal, atau dicekal karena alasan politik.<sup>18</sup>

*Ke-empat*, budaya populer sebagai budaya rakyat. Perspektif ini berdasar pada argumentasi bahwa budaya pop adalah sesuatu yang ditetapkan oleh rakyat dari atas. Dalam pengertian ini, istilah tersebut hanya boleh digunakan untuk menunjuk suatu bentuk budaya otentik yang berasal dari ‘masyarakat atau rakyat’ tertentu (*folk culture*).<sup>19</sup> Namun terkadang definisi ini sering dilekatkan dengan romantisme para buruh dalam menentang kapitalisme, “...it is ‘often equated with a highly romanticised concept of working-class culture construed as the major source of symbolic protest within contemporary capitalism...’”.<sup>20</sup>

*Kelima*, budaya populer yang dikembangkan dari konsep hegemoni n dari analisis politik Antonio Gramsci. Istilah hegemoni oleh Gramsci merujuk pada cara setiap kelompok dominan dalam suatu masyarakat didukung dari kelompok-kelompok sub-ordinasi melalui proses kepemimpinan intelektual dan moral. Seperti yang ditulis oleh Tony Bennett dalam Storey:

*“The field of popular culture is structured by the attempt of the ruling class to win hegemony and by forms of opposition to this endeavour. As such, it consists not simply of an imposed mass culture that is coincident with dominant ideology, nor simply of spontaneously oppositional cultures, but is rather an area of negotiation between the two*

---

<sup>16</sup> J. Storey, *Cultural Theory and Popular Culture An Introduction*, (Fifth edit. London, 2009). doi: 10.4324/9781315640051-53.

<sup>17</sup> A. Heryanto, “Pop Culture and competing identities,” in *Popular Culture in Indonesia Fluid identities in post-authoritarian politics*, A. Heryanto, Ed. New York: Routledge, (2008).

<sup>18</sup> A. Heryanto, “Pop Culture and competing identities,” in *Popular Culture in Indonesia Fluid identities in post-authoritarian politics*, A. Heryanto, Ed. (New York: Routledge, 2008).

<sup>19</sup> D. Imandudin Effendi and A. Ridwan, *Dakwah & Media Massa Pespektif Sosiologi dan Budaya Populer*, 2nd ed. Bandung: Yayasan Lidzikri, (2022).

<sup>20</sup> J. Storey, *Cultural Theory and Popular Culture An Introduction*, (Fifth edit. London, 2009). doi: 10.4324/9781315640051-53.

*within which – in different particular types of popular culture – dominant, subordinate and oppositional cultural and ideological values and elements are ‘mixed’ in different permutations”*.<sup>21</sup>

*Ke-enam*, budaya populer dalam perspektif postmodernisme. Prinsip utama dalam perspektif ini adalah “...*postmodern culture is a culture that no longer recognizes the distinction between high and popular culture...*”.<sup>22</sup> Kalangan postmodernis bahkan mengaburkan perbedaan antara budaya otentik atau budaya asli (*authentic culture*) dengan *commercial culture* atau budaya komersil.<sup>23</sup>

Dari beragam definisi yang dipaparkan oleh Storey, setidaknya bisa dipahami bahwa ada kontradiksi dalam budaya populer, seperti yang dituliskan oleh Fiske:

“...Di satu pihak, budaya tersebut diindustrialisasi- komoditas-komoditasnya dihasilkan dan didistribusikan oleh industri yang dimotivasi oleh keuntungan yang hanya mengikuti kepentingan-kepentingan ekonominya sendiri. Namun, di lain pihak budaya tersebut adalah budaya masyarakat. Sementara itu, kepentingan masyarakatlah dan bukan kepentingan industri – seperti yang dibuktikan sejumlah film, piringan hitam, dan produk-produk lain...”.<sup>24</sup>

Sialnya, apa yang diproduksi oleh industri membuat masyarakat menjadi pasif, produk-produk yang ditampilkan secara terus menerus membentuk masyarakat modern yang hanya mengikuti selera dari para kapitalis, karena “sangat menggoda untuk mengakses bagaimana budaya populer bukan saja membentuk massa tetapi juga keseluruhan masyarakat...”<sup>25</sup> Budaya yang sejatinya mengandung nilai kebebasan dan kreativitas individu telah melalui difusi massa film dan radio menjadi industri budaya lengkap dengan pengultusan terhadap selebriti.<sup>26</sup> Pengetahuan yang dikembangkan dari teknologi sebagai upaya untuk mengkapitalisasi kebudayaan adalah untuk mengontrol dan mengeksploitasi kebebasan bukan membebaskan manusia. Teknologi pada akhirnya mendorong kecenderungan untuk lebih memperlakukan manusia sebagai sarana sehingga pada akhirnya menjadi komoditas dari pada menjadikan manusia sebagai tujuan. Itu sebabnya, pencerahan yang didengungkan moderenitas merupakan sebuah proses dominasi. Pada akhirnya

---

<sup>21</sup> J. Storey, *Cultural Theory and Popular Culture An Introduction*, (Fifth edit. London, 2009). doi: 10.4324/9781315640051-53.

<sup>22</sup> J. Storey, *Cultural Theory and Popular Culture An Introduction*, (Fifth edit. London, 2009). doi: 10.4324/9781315640051-53.

<sup>23</sup> D. Imandudin Effendi and A. Ridwan, *Dakwah & Media Massa Pespektif Sosiologi dan Budaya Populer*, 2nd ed. (Bandung: Yayasan Lidzikri, 2022).

<sup>24</sup> J. Fiske, *Understanding Popular Culture* terjemahan *Memahami Budaya Populer*. (Yogyakarta: Percetakan Jalasutra, 2011).

<sup>25</sup> A. Priyatna, *Kajian Budaya Feminis - Tubuh, Sastra, dan Budaya POP*, Ke-2. Yogyakarta: CV. Arti Bumi Intaran, (2018).

<sup>26</sup> J. Scott, *Social Theory: Central Issues in Sociology*, terjemahan *Teori Sosial: Masalah-Masalah Pokok Dalam Sosiologi*, (Cetakan ke. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2021).



budaya populer menghasilkan orang-orang yang pasif dan digerus oleh arus dominan, pengumpulan individu-individu terbagi-bagi yang terpisah dari posisi mereka dalam tatanan sosial, terlepas dari dan tidak memiliki kesadaran kelas sosial dan pelbagai kepatuhan sosial dan budaya, dan dengan demikian benar-benar menjadi tidak berdaya dan tidak tertolong.<sup>27</sup>

Artikel mencoba mengambil alternatif lain di antara dua arus utama yaitu: *Pertama*, arus pemikiran yang kurang produktif, karena mencoba melihat budaya populer sebagai sebuah fenomena yang terlepas dari dominasi elit. *Kedua*, menempatkan budaya populer dalam arus kekuasaan tetapi dengan tegas dan keras juga menekan dominasi tersebut. Sedangkan alternatif yang dijelaskan oleh Fiske sebagai "...melihat budaya populer sebagai lokasi perjuangan. Akan tetapi, meskipun arah ini menerima kekuasaan kekuatan-kekuatan dominan, namun kemudian berfokus pada taktik-taktik populer guna menangani, menghindari ataupun melawan kekuatan tersebut...".<sup>28</sup> Arus ketiga sebagai alternatif yaitu melihat dan menyelidiki kreativitas dan pentingnya kepopuleran yang menjadikannya kebutuhan terus menerus, diterima oleh masyarakat dan bisa bertahan lama. Salah satu faktor penting adalah pemanfaatan ruang-ruang seperti, film, video, musik dan disebarakan secara masif melalui media, utamanya media sosial. Pendekatan ini menganggap budaya populer berpotensi, bahkan (biasanya) progresif (walaupun belum radikal) dan pada dasarnya optimis. Dalam kekuatan dan vitalitas masyarakatlah budaya populer menemukan bukti kemampuannya dalam melakukan perubahan sosial dan motif yang mendorongnya adalah perbaikan tatanan masyarakat.<sup>29</sup>

Dari beragam penjelasan di atas, kemudian dirumuskan konsep budaya populer yang didasarkan pada analisis dalam artikel ini, yaitu budaya populer sebagai produk yang mempengaruhi generasi muda untuk menjadi individu yang pasif juga meniadakan esensi karena pengaruh industrialisasi budaya dan budaya populer sebagai ruang baru (media sosial) yang dapat digunakan untuk memperjuangkan nilai-nilai budaya. Karena di sisi lain untuk dapat digolongkan sebagai budaya populer, suatu barang juga harus bermanfaat bagi masyarakat. Budaya populer bukan sebatas konsumsi, tetapi budaya – sebuah proses aktif dalam menciptakan dan menyampaikan makna dan kepuasan dalam sistem sosial seperti kebudayaan meskipun terindustrialisasi.

### **Dominasi Budaya Populer: Media Sosial Sebagai Sarana Penguatan Nilai-Nilai Budaya**

Fenomena globalisasi dan kemajuan teknologi telah mengubah cara generasi muda berinteraksi dan berkomunikasi dengan lingkungan sosialnya. Jejaring sosial telah menjadi bagian

---

<sup>27</sup> J. Fiske, *Understanding Popular Culture* terjemahan *Memahami Budaya Populer*. (Yogyakarta: Percetakan Jalasutra, 2011).

<sup>28</sup> J. Fiske, *Understanding Popular Culture* terjemahan *Memahami Budaya Populer*. (Yogyakarta: Percetakan Jalasutra, 2011).

<sup>29</sup> J. Fiske, *Understanding Popular Culture* terjemahan *Memahami Budaya Populer*. (Yogyakarta: Percetakan Jalasutra, 2011).

tak terpisahkan dari kehidupan modern, terutama di kalangan anak muda. Kehadiran platform-platform tersebut telah mengubah pola komunikasi, interaksi sosial, dan partisipasi dalam berbagai rutinitas.

Pengaruh budaya populer terhadap pemuda sangat signifikan dan beragam. Budaya populer dapat mempengaruhi pemuda dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk identitas, perilaku, nilai-nilai, dan pandangan dunia. Salah satu penyebabnya adalah pengguna internet yang begitu tinggi di Indonesia, pada Januari 2023, pengguna internet di Indonesia adalah 212,9 juta jiwa, sedangkan jumlah pengguna aktif media sosial hingga Januari 2023 di Indonesia ada 167 juta orang. Dari pengguna internet tersebut, rata-rata orang Indonesia menghabiskan waktu 7 jam 24 menit dalam sehari untuk menggunakan internet.<sup>30</sup>



**Gambar 1:** Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia (Sumber: Widi, 2023).

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki potensi yang besar dan dapat dijadikan sebagai alat yang ampuh untuk memperkuat nilai-nilai budaya lokal. Dengan strategi yang tepat, media sosial dapat membantu melestarikan, mempromosikan, dan menghidupkan kembali tradisi budaya lokal di era digital. Namun perlu diingat bahwa penggunaan media sosial juga harus diaplikasikan secara bijak agar budaya lokal dihormati dan dipahami oleh seluruh khalayak. Karena dengan pendekatan yang tepat, media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk mengajarkan, mempromosikan, dan mempertahankan budaya lokal di tengah arus globalisasi dan teknologi informasi.

*“...Saya menghabiskan waktu yang cukup banyak di depan HP (media sosial), dalam sehari bisa 6-7 jam, mulai dari bermain game, sekedar scroll Tiktok, nonton Youtube dan*

---

<sup>30</sup> S. Widi, “Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023,” *Data Indonesia*, 2023. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>

*kadang kala bermain game online. Internet memang telah menjadi tempat interaksi baru, bahkan semua urusan kampus harus melalui internet...*” (Wawancara Ican, 2023)

Seperti yang dijelaskan oleh Rastaty bahwa untuk mensosialisasikan sebuah nilai dapat dilakukan dengan pendekatan yang menarik seperti produk budaya pop (seperti film, musik komik), instrumen seni, dan kearifan lokal dapat merangsang minat masyarakat untuk mempelajari lebih lanjut. Sebelum era digital sekarang di Indonesia pada masa orde baru lebih masif menggunakan film sebagai sarana doktrinasi, *“Apart from being an entertainment medium, films have been a propaganda tool in Indonesia since the New Order era...”*<sup>31</sup>

Generasi muda yang menggunakan platform jejaring sosial untuk membangun citra diri mereka, menggambarkan aspirasi, minat, dan nilai-nilai pribadi mereka. Selain itu, jejaring sosial memainkan peran penting dalam perilaku generasi muda. Paparan informasi, gambar, dan opini secara terus-menerus melalui media sosial dapat memengaruhi keputusan mereka mengenai gaya hidup, konsumsi, dan interaksi sosial. Penerapan perilaku media sosial juga dapat mempengaruhi dinamika hubungan sosial dalam kehidupan nyata.

Generasi muda memiliki harapan dan ekspektasi yang tinggi terhadap manfaat yang diperoleh saat menggunakan media sosial, seperti *self-clarification*, validasi sosial, pengembangan hubungan, kontrol sosial, presentasi diri serta meningkatkan kepercayaan diri baik secara *skill* maupun *talent*. Generasi Z (1995-2009) lebih memilih memberikan informasi melalui Youtube, meme, dan program pencitraan positif, itu bis dipahami karena karakter yang dinamis dalam dunia digital.<sup>32</sup>

Media sosial yang telah menjadi bagian integral dari kehidupan modern, memungkinkan interaksi dan pertukaran informasi secara global. Bagi generasi muda, media sosial akhir-akhir menjadi ruang baru untuk mengekspresikan diri *“...young people diving into the internet were experiencing innovations in a markedly different sense. For young people today, those innovations are part of everyday life. They are ordinary, mundane, and largely taken for granted...”*<sup>33</sup> Itu sebabnya, pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk mengampanyekan nilai-nilai budaya lokal harus masif dilakukan, karena memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi persepsi dan penguatan identitas terhadap generasi muda.

Dominasi budaya populer dalam pemanfaatan teknologi informasi melalui media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam cara hidup dan interaksi manusia, banyak komunitas masih ingin mempertahankan akar budaya dan identitas mereka yang unik. Sifat berbagi informasi

---

<sup>31</sup> Rastaty, *“Internalizing Pancasila Through Pop Culture and Youth Community,” J. Masy. dan Budaya*, vol. 24, no. 2, pp. 219–230, (2022), doi: 10.55981/jmb.1601.

<sup>32</sup> Rastaty, *“Internalizing Pancasila Through Pop Culture and Youth Community,” J. Masy. dan Budaya*, vol. 24, no. 2, pp. 219–230, (2022), doi: 10.55981/jmb.1601.

<sup>33</sup> D. Chu, *“Mundane Participation: Power Imbalances in Youth Media Use,” Soc. Media + Soc.*, vol. 9, no. 3, Jul. (2023), doi: 10.1177/20563051231190002.

yang tersebar dan kolaboratif penggunaan jaringan sosial dan ruang online oleh generasi muda untuk saling menjangkau banyak hal, dapat dilihat bahwa model partisipasi timbal balik yang berkelanjutan dan lebih mirip dengan lingkaran tanpa batas (*infinity loop*), di mana ide dan dukungan selalu mengalir, dan selalu memberi umpan balik ke dalam sistem yang sama.<sup>34</sup> Identitas lokal di tengah modernitas merujuk pada bagaimana suatu masyarakat atau komunitas berusaha mempertahankan dan menghargai nilai-nilai budaya, tradisi, dan identitas mereka dalam konteks dunia yang semakin modern dan global.

Penting untuk mengakui kompleksitas interaksi antara budaya populer dan identitas lokal, serta implikasinya terhadap nilai-nilai, norma, dan keberagaman budaya. Upaya pelestarian dan peremajaan nilai-nilai budaya tetaplah penting, sambil tetap membuka diri terhadap perubahan yang dibawa oleh globalisasi.

*“walapun pun media sosial sekarang isisnya konten-konten yang kurang mendidik tetapi saya sering mendengarkan musik-musik yang mengandung pesan dan makna-makna lokal, seperti lagu-lagunya Simple Acoustic atau puisi-puisinya D’facto, itu memicu jiwa saya untuk terus termotivasi menanamkan nilai-nilai kebudayaan, puisi yang saya suka juga puisinya Bang Sofyan Daud, Epos Tanah Tua, karena dengan sederhana mampu membuat kita memahami makna dari nilai-nilai kebudayaan (Tidore)”* (Wawancara Nadhir, 2023).

Puisi Sofyan Daud – Epos Tanah Tua, yang menerjemahkan makna yang terkandung dalam nilai-nilai budaya Tidore, penyampaian yang sederhana dan menyentuh mampu memotivasi generasi muda untuk menengok kembali falsafah-falsafah luhur yang begitu dalam maknanya. Berikut sebagian dari isi puisi Epos Tanah Tua:<sup>35</sup>

*“...Doa-doa, dorora dan bebeto, barakat dan mustajab, dalil tifa dan dalil moro yang sarat makna, dolabololo dan saluma yang falsafi dan indah, moro-moro dan kabata yang mengetarkan.*

*909 Tahun Tidore, tanah tuah nan tua, kearifan dan pembebasan terbukti ampuh dan berdaya.*

*Loa se Banari, menjadi landasan seluruh tatanan. Kie se Kolano, menautkan pemimpin, rakyat dan wilayah,*

*Cing se Cingari, mendekatkan pemipmpin dengan rakyat. Syah se Fakati, menafasi musyawarah dan mufakat,*

---

<sup>34</sup> V. Cuzzocrea and R. Collins, “Youth transitions as ‘wiki-transitions’ in youth policies platforms,” *Eur. Soc.*, vol. 22, no. 4, pp. 411–432, Aug. (2020), doi: 10.1080/14616696.2019.1690158.

<sup>35</sup> Video bisa diakses di <https://www.youtube.com/watch?v=zD7uK5y9K2A>. Puisi ini juga banyak dibagikan melalui channel youtube lain, Facebook juga Instagram.

*Adat se Nakodi, menegakan martabat dan keberadaban. Fara se Filang, menjamin rasa keadilan di seluruh wilayah,*

*Suba se Pakasaan, mengajari rasa hormat, bukan gila hormat. Ngaku se Rasai, menumbuhkan apresiasi antar sesama,*

*Budi se Bahasa, merawat adat kesopanan dan tata krama. Mae so Kolofino, bikin orang malu berbuat salah dan dosa,*

*Itulah kesadaran dan daya tanah tua kita, hingga ia bisa melintasi 909 tahun usia peradaban, itulah tongkat yang menegukan singgasana di kaki Marijang hingga Mahkota tampak cemerlang dan berwibawa di puncak Limau Duko yang kokoh perkasa...”*

Ketertarikan pada nilai budaya adalah semacam sebuah keniscayaan, hanya saja bagaimana gerakan yang masif untuk terus disuarakan dan disebarakan melalui ruang digital secara menarik. Prestise sosial bisa diperoleh dari penciptaan konten yang memperhatikan bentuk aesthetic sebagai upaya menarik audiens, mendapatkan pengalaman yang bermakna, juga mampu memuaskan secara emosional. Konten yang secara visual aesthetic dapat diterjemahkan menjadi video, gambar atau foto yang mampu menarik audiens dengan bentuk yang mereka sebut indah, menyenangkan dan menarik.

Berbagai bentuk konten seperti foto, video, tulisan, dan hashtag digunakan untuk memperkuat identitas lokal dan mengundang partisipasi dari anggota komunitas. Pemanfaatan media sosial dapat membantu mengatasi batasan geografis dan menghubungkan komunitas budaya lokal dengan audiens yang lebih luas. Selain itu, melalui media sosial, generasi muda dapat lebih mudah terlibat dalam mempelajari dan memahami warisan budaya mereka. Media sosial menjadi wadah merepresentasikan kreativitas dan kebebasan generasi muda melalui kreasi yang ditawarkan melalui konten. Bagi generasi muda, media sosial telah menjadi instrumen baru yang mampu memengaruhi pembentukan identitas diri, yang dapat membentuk “*who they are*” dari apa yang mereka konsumsi.

Menariknya, walaupun budaya populer telah menjadi konsumsi massal generasi muda, sebagai sebuah konsep banyak generasi muda yang belum memahami apa itu budaya populer, tetapi sebagai fenomena sosial hal tersebut tidak dapat dihindari. Misalnya ada beberapa informan yang menjelaskan mengenai FOMO atau *Fear Of Missing Out*. Istilah FOMO lebih populer dibandingkan budaya populer atau *pop culture*. Itu dikarenakan, istilah FOMO sangat sering disebutkan dalam percakapan di media sosial.

*“Budaya populer saya kurang memahami, mungkin karena itu sebuah konsep. Berbeda dengan FOMO yang sering diucapkan di komentar-komentar yang ada di Tiktok maupun IG dan banyak juga disebutkan oleh para influencer”* (Wawancara Ijal, 2023).

Berkembangnya media informasi digital yang penggunanya didominasi oleh generasi muda, dengan sederhana dapat kita simpulkan bahwa, generasi muda tidak lagi menjadi konsumen nilai-nilai yang dibentuk oleh generasi tua dalam lingkungan sosial, tetapi mereka mulai ikut serta dalam pengendalian nilai, mengatur dan menegosiasikan praktik-praktik sosial untuk tujuan tertentu. Itu sebabnya, pelibatan generasi muda dalam penguatan nilai-nilai lokal sangat diperlukan. Praktik yang dilakukan kaum muda sesungguhnya merupakan faktor penting dalam pembentukan tatanan baru. Kaum muda secara langsung memaksakan terbentuknya kebiasaan-kebiasaan baru dalam masyarakat sehingga harus ada upaya untuk diseimbangi dengan nilai-nilai budaya yang dianggap baik. Akhirnya, Generasi muda yang sebelumnya cenderung diposisikan sebagai objek-objek yang berfungsi menyangga dan memelihara struktur sosial, bergeser sebagai subjek yang dipandang aktif membangun struktur sosial.

## **KESIMPULAN**

Budaya populer memiliki dampak signifikan terhadap identitas generasi muda, menggambarkan cara mereka memandang diri sendiri dan dunia di sekitar mereka. Kaum muda merespons budaya populer dengan cara yang kompleks, sering kali menerima, menolak, atau menafsirkan ulang elemen budaya tersebut. Media sosial juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap cara generasi muda memandang penegasan nilai-nilai budaya. Ada beberapa elemen yang disepakati bersama yang membentuk budaya populer. Misalnya, budaya populer mencakup aspek kehidupan kita yang paling intim dan kontemporer. Aspek-aspek ini seringkali dapat berubah dengan cepat, terutama di dunia berteknologi tinggi di mana orang semakin dekat dengan media populer.

Hal penting yang harus ditekankan adalah teruntuk para pemangku kepentingan, termasuk keluarga, pendidik, dan masyarakat luas, untuk memahami dampak positif dan negatif penggunaan media sosial oleh generasi muda. Itu sebabnya, harus diberikan pelatihan pengelolaan literasi media, serta mendorong penggunaan media sosial yang sehat dan bertanggung jawab, untuk membantu generasi muda mengembangkan identitas yang kuat dan perilaku positif di ruang digital. Kajian ini memberikan informasi berharga bagi pengambil kebijakan, pendidik, dan peneliti yang ingin memahami peran budaya populer dalam membentuk generasi muda dan masa depan budaya sebagai penguat identitas lokal melalui nilai-nilai budaya guna memperkuat identitas nasional.

Meskipun budaya populer dapat memberikan hiburan dan kesenangan kepada masyarakat, terdapat juga kritik terhadap dampaknya yang mungkin mereduksi nilai budaya lokal atau menyebarkan gambaran yang dangkal tentang realitas. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk mengembangkan pemahaman kritis terhadap budaya populer dan mempertahankan identitas budaya. Indonesia adalah bangsa dengan keragaman budaya yang luar biasa dan ini merupakan

salah satu kekayaan terbesar bangsa ini. Itu sebabnya, harus ada upaya yang maksimal untuk melestarikan dan mengembangkan budaya Indonesia sebagai bagian dari konstelasi kebudayaan global, keragaman budaya Indonesia memiliki potensi besar untuk ikut mewarnai dunia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Irwan. 2015. *Konstruksi Dan Reproduksi Kebudayaan*. 5th ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ayub, Muhamad, and Sofia Farzanah Sulaeman. 2022. "DAMPAK SOSIAL MEDIA TERHADAP INTERAKSI SOSIAL PADA REMAJA: KAJIAN SISTEMATIK." *Jurnal Penelitian Bimbingan Dan Konseling* 7(1).
- Chu, Donna. 2023. "Mundane Participation: Power Imbalances in Youth Media Use." *Social Media + Society* 9(3). doi: 10.1177/20563051231190002.
- Cuzzocrea, Valentina, and Rebecca Collins. 2020. "Youth Transitions as 'Wiki-Transitions' in Youth Policies Platforms." *European Societies* 22(4):411–32. doi: 10.1080/14616696.2019.1690158.
- Fiske, John. 2011. *Understanding Popular Culture Terjemahan Memahami Budaya Populer*. Yogyakarta: Percetakan Jalasutra.
- Habsari, Sinung Utami Hasri. 2015. "Fashion Hijab Dalam Kajian Budaya Populer." *Jurnal PPKM* 126–34.
- Hayati, Mutiara Nur. 2023. "Praktik Self-Tracking Di Media Sosial Pemuda Pada Transisi Menuju Dunia Kerja." *Jurnal Studi Pemuda* 11(2):103. doi: 10.22146/studipemudaugm.82700.
- Heryanto, Ariel. 2008. "Pop Culture and Competing Identities." in *Popular Culture in Indonesia Fluid identities in post-authoritarian politics*, edited by A. Heryanto. New York: Routledge.
- Imandudin Effendi, Dudy, and Aang Ridwan. 2022. *Dakwah & Media Massa Pespektif Sosiologi Dan Budaya Populer*. 2nd ed. Bandung: Yayasan Lidzikri.
- Istiqomah, Annisa. 2020. "Ancaman Budaya Pop (Pop Culture) Terhadap Penguatan Identitas Nasional Masyarakat Urban." *JURNAL KALACAKRA: Ilmu Sosial Dan Pendidikan* 1(1):18. doi: 10.31002/kalacakra.v1i1.2687.
- Manovich, Lee. 2020. "The Aesthetic Society: Or How I Edit My Instagram." Dalam *Data Publics: Public Plurality in an Era of Data Determinacy*. Routledge Taylor & Francis Group.
- Meiliana, Rika Pratiwi, and Mellia Harumi. 2021. "Penggunaan TikTok Dan YouTube Sebagai Media Edukasi Pangan Kelompok Usia Remaja Dan Dewasa." *Servirisma* 1(1):36–48. doi: 10.21460/servirisma.2021.11.5.
- Paluseri, Dais Dharmawan, Shakti Adhima Putra, Hendra Surya Utama, Mochtar Hidayat, and Ririn Arisa Putri. 2018. *Penetapan Warisan Budaya Tak Benda Indonesia Tahun 2018*. Jakarta: DIREKTORAT WARISAN DAN DIPLOMASI BUDAYA DIREKTORAT JENDERAL KEBUDAYAAN KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN.
- Peoples, Columba. 2009. "Theodor Adorno." in *Critical Theorists and International Relations*, edited by J. Edkins and N. Vaughan-Williams. New York: Routledge.
- Priyatna, Aquarini. 2018. *Kajian Budaya Feminis - Tubuh, Sastra, Dan Budaya POP*. Ke-2. edited by M. Subekti. Yogyakarta: CV. Arti Bumi Intaran.
- Rahmana, Putri Naning, Dhea Amalia Putri N, and Rian Damariswara. 2022. "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Edukasi Di Era Generasi Z." *Akademika* 11(02):401–10. doi: 10.34005/akademika.v11i02.1959.
- Rastaty, Ranni. 2022. "Internalizing Pancasila Through Pop Culture and Youth Community." *Jurnal Masyarakat Dan Budaya* 24(2):219–30. doi: 10.55981/jmb.1601.
- Saluz, Claudin Nef. 2009. "Youth and Pop Culture in Indonesian Islam." *Studia Islamika*



16(2):215–42.

- Scott, John. 2021. *Social Theory: Central Issues in Sociology Terjemahan Teori Sosial: Masalah-Masalah Pokok Dalam Sosiologi*. Cetakan ke. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Singh, Abhishek Kumar. 2022. “A Study of Popular Culture and Its Impact on Youth’s Cultural Identity.” *The Creative Launcher* 7(6):150–57. doi: 10.53032/tcl.2022.7.6.16.
- Storey, John. 2009. *Cultural Theory and Popular Culture An Introduction*. Fifth edit. London.
- Strinati, Dominic. 2004. *An Introduction to Theories of Popular Culture*. 2nd Editio. London: Routledge.
- Thömmes, Katja, and Ronald Hübner. 2022. “Why People Press ‘like’: A New Measure for Aesthetic Appeal Derived from Instagram Data.” *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts* 16(3):437–54. doi: 10.1037/aca0000331.
- Tumanan, Yohanes Luni. 2015. “Ibadah Kontemporer: Sebuah Analisis Reflektif Terhadap Hadirnya Budaya Populer Dalam Gereja Masa Kini.” *Jurnal Jafray* 13, No 1.
- Utami, Agia Dwi Visi. 2021. “Aplikasi Tiktok Menjadi Media Hiburan Bagi Masyarakat Dan Memunculkan Dampak Ditengah Pandemi Covid-19.” *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4(1):40–47. doi: 10.35326/medialog.v4i1.962.
- Vyomakesisri, Tippabhotla, Thigulla Sonu, and Doballi Srikanth. 2019. “POP Culture: Interaction of and Influence on the Youth.” *International Journal of English Literature and Social Sciences* 5(1):8–12. doi: 10.22161/ijels.51.2.
- Waluyajati, Roro Sri Rejeki, and Afghoni Syahuri. 2019. “Budaya Pop Dalam Tradisi Shalawatan Pada Masyarakat Pedesaan.” *Religious: Jurnal Studi Agama-Agama Dan Lintas Budaya* 2(3):159.
- Wibisono, Gunawan. 2017. “Media Baru Dan Nasionalisme Anak Muda: Pengaruh Penggunaan Media Sosial ‘Good News From Indonesia’ Terhadap Perilaku Nasionalisme.” *Jurnal Studi Pemuda* 2(6).
- Widi, Shilvina. 2023. “Pengguna Media Sosial Di Indonesia Sebanyak 167 Juta Pada 2023.” *Data Indonesia*. Retrieved (<https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>).
- Wiriany, Detya, and Tiarani Vidia Pratami. 2019. “Kekuatan Media Baru Youtube Dalam Membentuk Budaya Populer.” *ArtComm : Jurnal Komunikasi Dan Desain* 2(02):25–30. doi: 10.37278/artcomm.v2i02.199.