

Analisis Resepsi Khalayak terhadap Video “Ayo Sayang Culik Aku Dong” pada Akun TikTok NIKEN’S ENTERTAINMENT

Audience Reception of the “Ayo Sayang Culik Aku Dong” Video on the NIKEN’S ENTERTAINMENT TikTok Account

Dhymas Wahyudi*, Masnia Ningsih, Rakhmad Saiful Ramadhani

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Majapahit, Indonesia

* wahyudidhymas@gmail.com (Primary Contact)

ABSTRACT

Campur Sari music is a hybrid musical form that combines traditional Javanese elements with modern music. The development of social media, particularly TikTok, provides opportunities for Campur Sari music to reach wider audiences. This study aims to analyze audience reception of the “Ayo Sayang Culik Aku Dong” video on the NIKEN’S ENTERTAINMENT TikTok account using Stuart Hall’s reception theory. The study employs a descriptive qualitative approach by analyzing the top 500 comments on the video. The comments are classified into three reception positions: dominant-hegemonic, negotiated, and oppositional, based on the meanings expressed in the comments. The findings show that 269 comments (53.8%) fall into the negotiated position, 206 comments (41.2%) into the dominant-hegemonic position, and 25 comments (5.0%) into the oppositional position. The negotiated position represents the largest category, indicating that, within the analyzed comment sample, audience responses involve not only acceptance of the content but also evaluations and interpretations shaped by individual preferences or experiences. These findings demonstrate the diversity of audience interpretations of the video under study. The results are limited to the analyzed comments and cannot be generalized to all viewers or other content on the account.

Keywords

reception analysis;
digital audience;
Campur Sari music;
Stuart Hall; TikTok

Article History

Received: 2026-08-14
Accepted: 2026-10-14

Copyright © 2026, Wahyudi et al.
Published by MAN 4 Kota Pekanbaru
DOI: [10.56113/takuana.v5i3.728](https://doi.org/10.56113/takuana.v5i3.728)

1. PENDAHULUAN

Musik Campur Sari merupakan salah satu bentuk musik yang menjadi bagian dari identitas budaya masyarakat Jawa, dengan memadukan instrumen tradisional seperti gamelan dan instrumen modern seperti gitar, keyboard, serta drum ejak dicetuskan pada tahun 1993 (Putri & Prakoso, 2025). Perkembangan media massa dan media digital memungkinkan musik Campur Sari disebarluaskan melalui berbagai saluran, termasuk media sosial. Di

tengah dominasi budaya populer global, media sosial berbasis video pendek seperti TikTok menyediakan ruang untuk menyajikan musik lokal kepada khalayak yang lebih luas (Harahap & Akil, 2025). Dalam konteks tersebut, video musik Campur Sari di TikTok menarik untuk dikaji, khususnya untuk memahami bagaimana khalayak memaknai konten yang mereka saksikan melalui komentar.

Kajian mengenai musik, media digital, dan resepsi khalayak telah dilakukan dengan beragam fokus dan pendekatan. Li (2025) mengkaji pertukaran budaya melalui platform media dalam konteks globalisasi musik populer, sedangkan Rehfeldt et al. (2021) membahas musik sebagai sistem pewarisan budaya yang berkaitan dengan simbolisme, makna, dan nilai musik. Marić Stanković et al. (2026) meneliti praktik penggunaan media sosial oleh Generasi Z dalam konteks festival musik, sementara Wahyudi et al. (2024) mengkaji Campur Sari sebagai bentuk musik hibrida melalui studi terhadap tiga model musik Campur Sari. Hanzilia et al. (2024) juga membahas pengaruh musik populer terhadap budaya anak muda. Berbagai kajian tersebut memberikan konteks untuk memahami hubungan musik, budaya, dan media digital. Namun, fokus penelitian tersebut berbeda dari penelitian ini, yang secara khusus menganalisis pemaknaan khalayak terhadap satu video musik Campur Sari pada akun TikTok NIKEN'S ENTERTAINMENT melalui model analisis resepsi Stuart Hall.

Kajian dalam konteks lokal turut dilakukan oleh Parulian Tambunan (2024), yang meneliti fungsi musik Campur Sari dalam upacara perkawinan masyarakat Jawa perantauan, serta Anto et al. (2025), yang mengkaji strategi komunikasi persuasif kanal YouTube musik Campur Sari dalam menarik minat penonton Generasi Z. Sa'diyah et al. (2021) juga membahas persepsi remaja komunitas penggemar musik terhadap program siaran musik Campur Sari di media sosial. Kajian-kajian tersebut memperlihatkan beragam pendekatan dalam memahami musik Campur Sari, mulai dari fungsi budaya hingga strategi komunikasi dan persepsi khalayak. Berbeda dari fokus tersebut, penelitian ini secara khusus mengkaji resepsi khalayak terhadap video “Ayo Sayang Culik Aku Dong” pada akun TikTok NIKEN'S ENTERTAINMENT dengan menggunakan model *encoding-decoding* Stuart Hall. Fokus ini memungkinkan penelitian mengidentifikasi posisi pemaknaan khalayak yang tercermin dalam komentar terhadap video yang dianalisis.

Celah penelitian inilah yang menjadi dasar dan urgensi penelitian ini. Penelitian-penelitian terdahulu secara umum memperlihatkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membentuk persepsi maupun preferensi khalayak terhadap suatu produk budaya, termasuk musik. Namun demikian, kajian yang secara khusus menganalisis satu akun TikTok tertentu sebagai objek tunggal, sekaligus menelusuri bagaimana khalayak memaknai kontennya melalui kerangka analisis resepsi, masih sangat terbatas. Kekosongan inilah yang berupaya diisi oleh penelitian ini dengan menempatkan akun TikTok NIKEN'S ENTERTAINMENT sebagai studi kasus untuk memahami secara lebih mendalam bagaimana proses pemaknaan khalayak terhadap konten musik Campur Sari berlangsung di ruang digital (Chasih & Indriastuti, 2025). Video yang dipilih sebagai objek analisis adalah “Ayo Sayang Culik Aku Dong”. Pemilihan video ini memberikan ruang untuk mengkaji secara khusus bagaimana khalayak memaknai konten musik Campur Sari yang disajikan melalui media digital. Musik Campur Sari sendiri memiliki keterkaitan dengan upaya pelestarian budaya lokal, sebagaimana dibahas dalam kajian mengenai konservasi dan regenerasi musik Campur Sari (Basuki et al., 2022). Dalam penelitian ini, perhatian diarahkan pada komentar khalayak terhadap video tersebut untuk mengidentifikasi variasi pemaknaan berdasarkan posisi dominan-hegemonik, negosiasi, dan oposisional.

Penelitian ini menganalisis variasi pemaknaan khalayak dengan menggunakan model *encoding-decoding* Stuart Hall. Penelitian ini berfokus pada bagaimana respons khalayak yang tercermin dalam komentar dapat diklasifikasikan ke dalam posisi dominan-hegemonik, negosiasi, dan oposisional. Dalam analisis resepsi Stuart Hall, pemaknaan khalayak dapat dibedakan menjadi tiga posisi, yaitu dominan-hegemonik, negosiasi, dan oposisional. Posisi dominan-hegemonik terjadi ketika khalayak menerima makna yang ditawarkan oleh pembuat konten, sedangkan posisi negosiasi menunjukkan penerimaan terhadap sebagian makna yang disertai penyesuaian berdasarkan pengalaman atau konteks khalayak. Adapun posisi oposisional muncul ketika khalayak memahami makna yang ditawarkan, tetapi menafsirkannya secara berbeda atau bertentangan dengan makna tersebut (Lavesia & Kurdaningsih, 2025; Qudratullah, 2019; Rohmansyah & Hapsari, 2022). Ketiga posisi ini digunakan untuk menganalisis variasi pemaknaan yang tercermin dalam komentar pada video *“Ayo Sayang Culik Aku Dong”*. Melalui pendekatan ini, khalayak dipahami sebagai pihak yang aktif dalam memaknai konten media, bukan sekadar penerima pesan secara pasif (Vishal & Dilfa, 2025).

Pelestarian budaya menjadi salah satu isu penting di tengah perkembangan media digital dan perubahan pola konsumsi budaya masyarakat. Musik Campur Sari merupakan bagian dari ekspresi budaya Jawa yang memadukan unsur tradisional dan modern serta memiliki fungsi dalam berbagai konteks sosial masyarakat. Penelitian mengenai fungsi musik Campur Sari dalam upacara perkawinan masyarakat Jawa perantauan menunjukkan bahwa musik ini juga berkaitan dengan praktik budaya dalam kehidupan masyarakat (Parulian Tambunan, 2024). Dalam konteks media sosial, penyajian musik Campur Sari melalui video TikTok membuka ruang bagi khalayak untuk memberikan tanggapan terhadap konten tersebut. TikTok merupakan platform berbagi video pendek yang menyediakan berbagai fitur kreatif untuk mendukung produksi dan penyebaran konten digital. Karakteristik platform ini memungkinkan konten musik disajikan dalam format audiovisual yang mudah diakses dan dibagikan oleh pengguna (Anto et al., 2025). Sistem rekomendasi TikTok juga mempertimbangkan perilaku dan interaksi pengguna dalam menyajikan konten yang sesuai dengan preferensi mereka, sehingga berperan dalam distribusi konten di platform tersebut (Al Mubarak, 2025; Vebriyanti & Widyatama, 2026).

Dalam konteks ilmu komunikasi, video musik di media sosial relevan dikaji karena menjadi ruang interaksi antara kreator konten dan khalayak dalam proses pertukaran makna. Minat khalayak terhadap musik Campur Sari dapat berkaitan dengan keterlibatan emosional dan kognitif serta preferensi terhadap genre musik tersebut (Putri & Prakoso, 2025). Namun, pemaknaan khalayak terhadap suatu konten tidak dapat disimpulkan hanya berdasarkan popularitas video atau tingginya angka interaksi. Berdasarkan uraian tersebut, analisis penelitian ini difokuskan pada pemaknaan khalayak yang tercermin dalam komentar video berdasarkan tiga posisi resepsi Stuart Hall. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian analisis resepsi khalayak, khususnya dalam konteks konsumsi musik Campur Sari melalui media sosial berbasis video pendek. Dalam konteks pelestarian budaya dan pengembangan ekonomi kreatif, pemanfaatan media digital juga menjadi salah satu aspek yang relevan untuk diperhatikan (Nurwita et al., 2022). Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada pengelola akun NIKEN'S ENTERTAINMENT dan pelaku musik Campur Sari mengenai bentuk penerimaan dan pemaknaan khalayak terhadap konten yang disajikan.

2. METODE

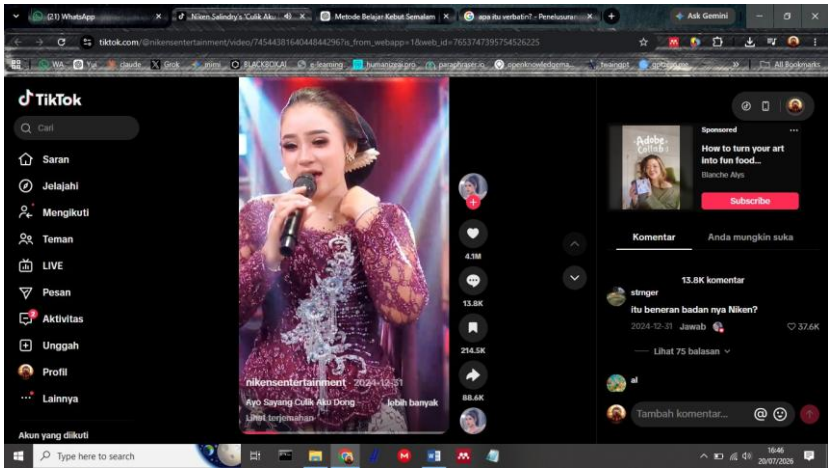
Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan analisis resepsi Stuart Hall untuk memahami bagaimana khalayak menerima dan memaknai konten media (Ishtiaq, 2019). Objek penelitian adalah video "*Ayo Sayang Culik Aku Dong*" pada akun TikTok NIKEN'S ENTERTAINMENT, sedangkan unit analisisnya berupa komentar khalayak pada video tersebut. Pendekatan ini digunakan untuk mendeskripsikan variasi pemaknaan yang tercermin dalam komentar dan mengklasifikasikannya berdasarkan tiga posisi resepsi Stuart Hall, yaitu dominan-hegemonik, negosiasi, dan oposisional. Analisis diarahkan pada makna yang disampaikan khalayak melalui komentar, bukan untuk mengukur hubungan antarvariabel atau menggeneralisasikan hasil kepada seluruh penonton TikTok. Data penelitian terdiri atas 500 komentar teratas pada video. Pemilihan komentar didasarkan pada urutan komentar yang ditampilkan oleh TikTok pada saat pengambilan data. Penggunaan komentar teratas tidak dimaksudkan untuk mewakili seluruh pengguna yang menonton video, melainkan untuk menganalisis respons khalayak yang tersedia pada kolom komentar. Data komentar didokumentasikan melalui tangkapan layar agar dapat ditinjau kembali selama proses analisis. Selanjutnya, komentar yang terkumpul diperiksa berdasarkan kriteria pemilihan data sebelum diklasifikasikan menurut posisi resepsi Stuart Hall.

Penelitian ini berfokus pada komentar yang secara langsung menanggapi konten video "*Ayo Sayang Culik Aku Dong*", baik berkaitan dengan musik, penampilan, maupun penyajian pertunjukan. Komentar yang hanya menandai akun lain tanpa disertai tanggapan substantif tidak disertakan dalam analisis karena tidak menunjukkan pemaknaan yang dapat diidentifikasi terhadap konten. Dengan kriteria tersebut, analisis diarahkan pada komentar yang mengandung respons atau penilaian terhadap video. Oleh karena itu, temuan penelitian merepresentasikan pola pemaknaan dalam komentar yang dianalisis, bukan keseluruhan persepsi penonton video. Komentar yang mengandung makna ambigu ditinjau kembali dengan memperhatikan konteks video dan isi komentar secara utuh. Peninjauan ini bertujuan memastikan bahwa klasifikasi komentar didasarkan pada makna yang dapat diidentifikasi, bukan pada asumsi terhadap sikap pengguna. Keputusan pengodean perlu didasarkan pada kriteria klasifikasi yang telah ditetapkan agar penerapan ketiga posisi resepsi dilakukan secara konsisten. Komentar yang tidak dapat diklasifikasikan secara meyakinkan tidak seharusnya dipaksakan masuk ke salah satu kategori.

Analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, pengodean, interpretasi, dan pemeriksaan hasil klasifikasi. Pada tahap reduksi, komentar yang tidak relevan dengan konten video, seperti spam, promosi, penandaan akun tanpa tanggapan substantif, dan komentar yang tidak dapat dipahami, dikeluarkan dari analisis. Selanjutnya, komentar yang memenuhi kriteria dianalisis berdasarkan tiga posisi resepsi Stuart Hall. Posisi dominan-hegemonik digunakan untuk mengklasifikasikan komentar yang menunjukkan penerimaan terhadap makna yang ditawarkan konten. Posisi negosiasi mencakup komentar yang menunjukkan penerimaan sebagian disertai penilaian atau penafsiran berdasarkan pengalaman dan preferensi pribadi. Sementara itu, posisi oposisional mencakup komentar yang menunjukkan pemaknaan berbeda atau bertentangan dengan makna yang ditawarkan konten. Penetapan kategori didasarkan pada makna komentar dengan mempertimbangkan konteks video, bukan semata-mata pada penggunaan kata-kata positif atau negatif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis resepsi khalayak terhadap video “*Ayo Sayang Culik Aku Dong*” pada akun TikTok NIKEN’S ENTERTAINMENT berdasarkan 500 komentar teratas. Hasil pengodean menunjukkan bahwa 206 komentar (41,2%) berada pada posisi dominan-hegemonik, 269 komentar (53,8%) pada posisi negosiasi, dan 25 komentar (5,0%) pada posisi oposisional. Posisi negosiasi menjadi kategori dengan jumlah komentar terbanyak. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam sampel komentar yang dianalisis, respons khalayak tidak hanya memperlihatkan penerimaan terhadap konten, tetapi juga mencakup penilaian dan penafsiran yang dapat dipengaruhi oleh pengalaman atau preferensi masing-masing pengguna.



Gambar 1. Video “*Ayo Sayang Culik Aku Dong*”

Sumber: Tangkapan layar akun TikTok @NIKEN’S ENTERTAINMENT

Video “*Ayo Sayang Culik Aku Dong*” menampilkan Niken Salindry dalam suasana pertunjukan yang ceria dengan iringan musik Campur Sari. Berdasarkan data yang dicatat dalam penelitian, video tersebut memperoleh 84,3 juta tayangan, 4,1 juta likes, dan 13,8 juta komentar pada saat pengamatan dilakukan. Angka interaksi tersebut menunjukkan tingginya keterlibatan pengguna pada video yang diteliti, tetapi tidak dengan sendirinya menjelaskan bagaimana khalayak memaknai konten tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini menganalisis 500 komentar teratas untuk mengidentifikasi posisi resepsi khalayak berdasarkan model Stuart Hall. Hasil pengodean menunjukkan bahwa posisi negosiasi merupakan kategori terbesar, yaitu 269 komentar (53,8%), diikuti posisi dominan-hegemonik sebanyak 206 komentar (41,2%) dan posisi oposisional sebanyak 25 komentar (5,0%).

Tabel 1. Distribusi Posisi Resepsi Khalayak pada Video “*Ayo Sayang Culik Aku Dong*”

Posisi Resepsi	Jumlah Komentar	Persentase
Dominan	206	41,2%
Negosiasi	269	53,8%
Oppositional	25	5%
Total	500	100%

Sumber: Data penelitian diolah peneliti, 2026.

Dominannya posisi negosiasi menunjukkan bahwa dalam sampel komentar yang dianalisis, lebih banyak komentar memperlihatkan penerimaan terhadap konten yang

disertai penilaian atau penafsiran pribadi dibandingkan komentar yang sepenuhnya menerima makna yang ditawarkan. Dalam perspektif Stuart Hall, posisi negosiasi terjadi ketika khalayak menerima sebagian makna yang ditawarkan, tetapi menyesuaikannya dengan pengalaman, pengetahuan, atau preferensi masing-masing. Temuan ini menunjukkan bahwa pemaknaan terhadap video musik Campur Sari tidak selalu berlangsung secara seragam. Sebagian khalayak dapat memberikan respons yang mengandung apresiasi sekaligus penilaian terhadap aspek tertentu, seperti gaya bernyanyi, penampilan, atau penyajian musik. Namun, hasil tersebut hanya menggambarkan pola pemaknaan dalam 500 komentar yang dianalisis dan tidak dapat digunakan untuk menyimpulkan sikap seluruh penonton video.

Proporsi posisi negosiasi (53,8%) lebih tinggi 12,6 poin persentase dibandingkan posisi dominan-hegemonik (41,2%), sedangkan posisi oposisional memiliki proporsi paling kecil, yaitu 5,0%. Perbedaan ini memperlihatkan bahwa dalam sampel komentar yang dianalisis, respons yang memuat penerimaan sekaligus penilaian atau penafsiran pribadi lebih banyak ditemukan daripada respons yang menunjukkan penerimaan dominan-hegemonik. Sementara itu, komentar yang dikategorikan sebagai oposisional menunjukkan adanya pemaknaan yang berbeda atau bertentangan dengan makna yang ditawarkan melalui konten. Ketiga kategori tersebut memperlihatkan bahwa respons khalayak terhadap video "*Ayo Sayang Culik Aku Dong*" memiliki variasi pemaknaan. Meskipun posisi negosiasi menjadi kategori terbesar, hasil ini tidak berarti bahwa seluruh komentar dalam kategori tersebut bersifat positif atau bahwa khalayak secara umum memiliki sikap yang sama terhadap musik Campur Sari.

Posisi dominan-hegemonik yang mencakup 206 komentar (41,2%) menunjukkan bahwa sebagian komentar memperlihatkan penerimaan terhadap konten video "*Ayo Sayang Culik Aku Dong*". Penerimaan tersebut dapat tercermin dalam komentar yang mengapresiasi penampilan Niken Salindry, penyajian musik Campur Sari, atau aspek pertunjukan lainnya, sepanjang isi komentar menunjukkan penerimaan terhadap konten yang disajikan. Namun, proporsi ini tidak dengan sendirinya membuktikan bahwa strategi produksi konten efektif dalam meningkatkan minat khalayak terhadap musik Campur Sari. Analisis resepsi dalam penelitian ini berfokus pada pemaknaan yang tercermin dalam komentar, bukan pada pengukuran efektivitas konten atau perubahan minat penonton. Oleh karena itu, posisi dominan-hegemonik perlu dipahami sebagai salah satu bentuk penerimaan khalayak dalam sampel yang diteliti.

Meskipun proporsinya paling kecil, posisi oposisional tetap penting dalam analisis resepsi karena memperlihatkan adanya pemaknaan yang berbeda atau bertentangan dengan makna yang ditawarkan melalui konten. Dalam penelitian ini, posisi oposisional ditemukan pada 25 komentar atau 5,0% dari 500 komentar yang dianalisis. Temuan tersebut menunjukkan bahwa tidak semua komentar yang diteliti memperlihatkan penerimaan terhadap konten video "*Ayo Sayang Culik Aku Dong*". Namun, jumlah komentar dalam kategori ini tidak cukup untuk menjelaskan alasan di balik pemaknaan oposisional ataupun karakteristik pengguna yang menyampaikannya. Penjelasan mengenai latar belakang, preferensi musik, atau konteks budaya pengguna memerlukan data tambahan yang tidak tersedia dalam analisis komentar ini. Oleh karena itu, interpretasi posisi oposisional dibatasi pada makna yang dapat diidentifikasi dari komentar yang dianalisis.

Jumlah likes dan tayangan dapat memberikan gambaran mengenai jangkauan serta interaksi pengguna dengan suatu konten, tetapi tidak cukup untuk menjelaskan bagaimana

khalayak memaknai konten tersebut. Dalam penelitian ini, dominannya posisi negosiasi menunjukkan bahwa komentar khalayak terhadap video “*Ayo Sayang Culik Aku Dong*” tidak hanya memperlihatkan penerimaan, tetapi juga memuat penilaian dan penafsiran pribadi. Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa khalayak berperan aktif dalam proses pemaknaan pesan media (Milatishofa et al., 2021; Sarasati et al., 2024). Melalui kolom komentar, pengguna dapat mengungkapkan tanggapan terhadap musik, penampilan, dan penyajian pertunjukan. Meskipun demikian, analisis terhadap satu video dan 500 komentar tidak cukup untuk menyimpulkan tingkat popularitas musik Campur Sari secara umum atau memastikan pengaruh TikTok terhadap konsumsi musik tradisional. Temuan penelitian ini terbatas pada variasi pemaknaan yang tercermin dalam komentar pada video yang dianalisis.

TikTok menyediakan ruang bagi khalayak untuk memberikan tanggapan terhadap konten musik melalui kolom komentar. Pada video “*Ayo Sayang Culik Aku Dong*”, tanggapan tersebut dapat berupa pujian, penilaian, pertanyaan, maupun ungkapan preferensi pribadi terhadap musik dan penampilan yang disajikan. Keberagaman respons ini memperlihatkan bahwa kolom komentar tidak hanya menjadi tempat menyampaikan apresiasi, tetapi juga ruang bagi khalayak untuk menafsirkan konten berdasarkan sudut pandang masing-masing. Meskipun demikian, keberadaan kolom komentar tidak serta-merta membuktikan terjadinya dialog langsung antara kreator dan khalayak. Analisis dalam penelitian ini berfokus pada pemaknaan yang disampaikan pengguna melalui komentar, sehingga fungsi interaksi tersebut dipahami berdasarkan respons yang tersedia pada video yang diteliti.

4. KESIMPULAN

Analisis terhadap 500 komentar pada video “*Ayo Sayang Culik Aku Dong*” di akun TikTok NIKEN’S ENTERTAINMENT menunjukkan bahwa posisi negosiasi merupakan kategori dengan proporsi terbesar, yaitu 269 komentar (53,8%), diikuti posisi dominan-hegemonik sebanyak 206 komentar (41,2%) dan posisi oposisional sebanyak 25 komentar (5,0%). Hasil ini memperlihatkan bahwa pemaknaan khalayak terhadap konten tidak hanya berupa penerimaan terhadap makna yang ditawarkan, tetapi juga mencakup penilaian dan penafsiran berdasarkan pengalaman atau preferensi pribadi. Dalam konteks analisis resepsi Stuart Hall, distribusi tersebut menunjukkan adanya variasi posisi pemaknaan khalayak terhadap video yang diteliti. Kolom komentar TikTok menjadi ruang bagi pengguna untuk mengungkapkan penerimaan, penilaian, dan pemaknaan terhadap konten musik Campur Sari. Namun, hasil penelitian ini terbatas pada komentar yang dianalisis dan tidak dapat digeneralisasikan kepada seluruh penonton maupun konten lain pada akun tersebut. Distribusi posisi resepsi juga tidak dengan sendirinya membuktikan bahwa TikTok meningkatkan minat terhadap musik Campur Sari atau menyebabkan keberhasilan pelestarian budaya. Klaim mengenai perubahan minat dan efektivitas pelestarian budaya memerlukan penelitian lanjutan dengan data dan indikator yang secara khusus mengukur aspek tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Al Mubarak, A. M. (2025). Analisis implementasi teknologi artificial intelligence pada sistem rekomendasi konten TikTok: Studi kasus personalisasi For You Page. *SINTESA: Jurnal Sains & Teknologi*, 1(1), 18–27. <https://doi.org/10.65369/c7dnqc47>

- Anto, D., Hindra H, N., & Itasari, A. A. (2025). Analisis komunikasi persuasif channel YouTube "Kembar Music Digital" untuk menarik minat penonton Generasi Z pada musik campursari. *Solidaritas*, 8(2).
- Basuki, R., Lim, R., Wonoseputro, C., & Thio, S. (2022). Konservasi dan regenerasi Campursari untuk pengembangan wisata budaya Desa Begaganlimo, Kec. Gondang, Mojokerto. *Share: Journal of Service Learning*, 8(1), 49–54. <https://doi.org/10.9744/share.8.1.49-54>
- Chasih, H. D. I., & Indriastuti, Y. (2025). Analisis resepsi audiens TikTok terhadap maskulinitas pada akun TikTok @gana_buna. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 11(1), 110–125. <https://doi.org/10.36914/fq0sf589>
- Hanzilia, S., Purwanto, E., Primagama, M., El, K., Adhnan, Y., & Kareng, D. (2024). The influence of popular music on youth culture. *International Journal of Progressive Sciences and Technologies*, 45(1), 65–70. <http://dx.doi.org/10.52155/ijpsat.v45.1.6232>
- Harahap, Z. H. F., & Akil, R. (2025). Sinergi antara tradisi dan teknologi informasi: Merawat tradisi lokal melalui ritual digital platform TikTok. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 5(1), 361–369. <https://doi.org/10.53866/jimi.v5i1.727>
- Ishtiaq, M. (2019). Book review: Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches* (4th ed.). *English Language Teaching*, 12(5), 40–41. <https://doi.org/10.5539/elt.v12n5p40>
- Lavesia, S. C., & Kurdaningsih, D. M. (2025). Resepsi penonton terhadap statement Abidzar Al Ghifari pada pemeran utama film *Business Proposal*. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 1086–1094. <https://doi.org/10.63822/qk2bw285>
- Li, P. (2025). Popular music in an age of globalization: Cultural exchange through media platforms. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12, Article 1306. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-05602-4>
- Marić Stanković, A., Vuletić, J., Miletić, M., Bratić, M., & Golubović, N. (2026). Dancing with the algorithm: Gen Z's social media practices on TikTok and Instagram and their influence on music festival experiences. *Tourism and Hospitality*, 7(1), Article 27. <https://doi.org/10.3390/tourhosp7010027>
- Milatishofa, M., Kusrin, & Arindawati, W. A. (2021). Analisis resepsi khalayak terhadap makna body positivity pada Instagram Tara Basro. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 174–185. <https://doi.org/10.23969/linimasa.v4i2.4136>
- Nurwita, Sutiman, & Hermawan, H. (2022). Penerapan SAK-EMKM bagi pengelola kesenian tradisional Jawa gamelan dan Campur Sari pada perantau Argapuri Jabodetabek. *Community: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 2(3), 105–111. <https://doi.org/10.51903/community.v2i3.263>
- Parulian Tambunan, H. (2024). *Gondang campursari dalam acara pernikahan adat Jawa di Desa Tanjung Sari Kabupaten Deli Serdang* [Skripsi, Institut Seni Indonesia Yogyakarta]. Digilib ISI Yogyakarta. <http://digilib.isi.ac.id/id/eprint/17421>
- Putri, A. S., & Prakoso, B. R. (2025). Pengaruh algoritma TikTok terhadap pola konsumsi konten Generasi Z di Indonesia: Studi analisis perilaku dan strategi engagement.

- Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 5(3), 25–35.
<https://doi.org/10.51903/q72r8m61>
- Qudratullah, Q. (2019). Pemaknaan khalayak terhadap konflik selebriti pada tayangan infotainment. *Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan*, 5(1).
<https://doi.org/10.35673/ajdsk.v5i1.576>
- Rehfeldt, R. A., Tyndall, I., & Belisle, J. (2021). Music as a cultural inheritance system: A contextual-behavioral model of symbolism, meaning, and the value of music. *Behavior and Social Issues*, 30, 749–773. <https://doi.org/10.1007/s42822-021-00084-w>
- Rohmansyah, S. R., & Hapsari, R. (2022). Interpretasi maskulinitas pada iklan skincare pria (studi resepsi Stuart Hall pada khalayak pria). *BroadComm*, 4(1), 45–56.
<https://doi.org/10.53856/bcomm.v4i1.234>
- Sa'diyah, R., Ganefwati, R., & Nurlita, I. (2021). Persepsi remaja komunitas ARMY Surabaya terhadap program siaran musik Campursari di media sosial. *Intelektual: Jurnal Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi*, 8(2), 131–138.
<https://doi.org/10.55499/intelektual.v8i2.5>
- Sarasati, F., Winarti, W., Sudarsono, A. B., & Olivia, H. (2024). Resepsi khalayak pada konten kampanye kesehatan mental @marshanda99 dalam diri remaja. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 5(1), 7–12. <https://doi.org/10.31294/jpr.v5i1.3324>
- Vebriyanti, & Widyatama, R. (2026). Analisis perilaku khalayak dalam mengonsumsi konten edukasi karier di TikTok sebagai media pembelajaran nonformal. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial (JUPENDIS)*, 4(1), 79–93.
<https://doi.org/10.54066/jupendis.v4i1.3847>
- Vishal, M. A., & Dilfa, A. H. (2025). Pemanfaatan media sosial sebagai regenerasi musik tradisional Minangkabau kepada generasi muda melalui content creator musik tradisi. *Abstrak: Jurnal Kajian Ilmu Seni, Media dan Desain*, 2(6), 34–51.
<https://doi.org/10.62383/abstrak.v2i6.967>
- Wahyudi, A., Laksono, J. T., Abdullah, Z., & Sriwulan, W. (2024). Campursari as a hybrid music: A case study on three models of Campursari music. *Resital: Jurnal Seni Pertunjukan*, 25(3), 555–578.
<https://doi.org/10.24821/resital.v25i3.14343>