



Konstruksi Sosial Musik Koplo: Analisis Tayangan *D’Koplo* di Indosiar dan Perubahan Persepsi Masyarakat

The Social Construction of Koplo Music: An Analysis of D’Koplo Shows on Indosiar and Changes in Public Perception

Dadi Kurnia¹, Ani Yuningsih²

^{1,2}Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Bandung, Indonesia
Email: dadikurnia48@gmail.com, ani.yuningsih@unisba.ac.id

Abstrak

Penelitian ini membahas konstruksi sosial musik koplo melalui tayangan *D’Koplo* di Indosiar. Penelitian ini penting untuk memahami bagaimana media membentuk persepsi masyarakat terhadap musik tradisional di tengah dominasi genre populer lainnya. Tujuan utama penelitian adalah menganalisis bagaimana elemen-elemen visual dan naratif dalam tayangan tersebut memengaruhi penerimaan publik terhadap musik koplo. Penelitian ini menggunakan teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann, yang menjelaskan bahwa realitas sosial dibentuk melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melalui observasi tayangan, wawancara dengan penonton dan peserta, serta dokumentasi media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *D’Koplo* mampu mengubah citra musik koplo menjadi lebih positif, elegan, dan dapat diterima oleh audiens yang lebih luas. Kesimpulannya, media massa memiliki peran penting dalam membentuk realitas sosial dan budaya populer. Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi pada pemahaman mengenai peran media dalam memproduksi makna budaya dan mendorong kajian lebih lanjut tentang transformasi musik lokal di era digital.

Kata kunci: Konstruksi Sosial; Media Massa; Musik Koplo; Persepsi Masyarakat

Abstract

This study explores the social construction of koplo music through the television program D’Koplo aired on Indosiar. It aims to understand how media influences public perception of traditional music genres amidst the dominance of more mainstream styles. The main objective is to analyze how visual and narrative elements in the program affect audience reception of koplo music. The study applies the social construction theory of Berger and Luckmann, which explains how social reality is formed through the processes of externalization, objectivation, and internalization. A qualitative case study method was employed, involving observation of broadcasts, interviews with viewers and participants, and analysis of social media content. The findings reveal that D’Koplo successfully reshaped the image of koplo music into a more positive, elegant, and socially acceptable form. The study concludes that mass media plays a significant role in shaping social and cultural realities. This research contributes to broader discussions on media’s role in constructing cultural meaning and offers insights for further studies on the transformation of local music in the digital era.

Keywords: Social Construction; Mass Media; Koplo Music; Public Perception

I. PENDAHULUAN

Dalam perkembangan industri musik Indonesia, musik koplo telah mengalami transformasi signifikan (Karimah et al., 2025). Musik yang dulunya sering dipandang sebagai hiburan masyarakat kelas bawah kini telah berhasil memperoleh posisi penting dalam ranah budaya populer. Secara umum, budaya dapat dimaknai sebagai pola hidup yang tumbuh dan berkembang dalam suatu komunitas atau masyarakat, yang diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya secara berkesinambungan (Ali et al., 2022). Salah satu faktor utama di balik perubahan ini adalah peran media massa, terutama televisi, dalam memperkenalkan dan menyebarkan musik koplo ke khalayak yang lebih luas (Akil et al., 2024). Program-program seperti *D’Koplo* di Indosiar menjadi bukti bahwa media dapat menjadi jembatan antara musik lokal dan masyarakat modern.

Program *D’Koplo* tidak hanya menyajikan hiburan, tetapi juga menjadi ruang yang merepresentasikan keberagaman budaya musik Indonesia (Fitriyadi & Alam, 2020). Melalui kemasan acara yang menarik, televisi mampu membentuk citra baru musik koplo (Windaningsih et al., 2021). Penampilan peserta dengan busana modern, tata panggung spektakuler, serta aransemen musik yang segar terkadang dipadukan dengan genre lain seperti pop, rock, hingga EDM (*Electronic Dance Music*) menunjukkan adanya strategi kreatif untuk memperluas daya tarik musik ini ke segmen penonton yang lebih luas.

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori kapitalisme budaya, yang melihat media sebagai aktor ekonomi yang memanfaatkan budaya lokal untuk menciptakan nilai komersial (Purwati & Widaningsih, 2025). Dalam konteks ini, televisi tidak hanya berperan sebagai penyedia hiburan, tetapi juga sebagai agen produksi budaya yang membentuk selera public (Liang & Ji, 2024). Indosiar, misalnya, berhasil mengangkat musik koplo menjadi bagian dari budaya pop arus utama melalui pendekatan modern namun tetap berpijak pada nilai lokal.

Musik tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai medium ekspresi, komunikasi, dan identitas kultural (Saputra et al., 2024). Di Indonesia, musik dangdut termasuk subgenre koplo memiliki kedekatan dengan kehidupan masyarakat (Rohmawati et al., 2023). Koplo telah berkembang baik secara musikal maupun dari segi penerimaan sosial. Tayangan seperti *D’Koplo* menunjukkan bagaimana televisi memainkan peran penting dalam mengubah persepsi publik terhadap genre ini, dengan kemasan yang lebih modern dan menarik.

Selain sebagai hiburan, kehadiran musik koplo di media juga menjadi fenomena sosial yang kompleks (H.B. Raditya, 2017). Televisi, dalam perspektif budaya massa, berperan dalam membentuk konstruksi sosial terhadap musik tersebut melalui pemilihan peserta, penjurian, strategi visual, serta narasi yang dibangun dalam program (Thevenin, 2022). Indosiar bahkan menyesuaikan format acaranya dengan regulasi penyiaran, agar musik koplo tetap diterima secara luas dan sesuai dengan norma yang berlaku.

Di tengah persaingan dengan genre global seperti pop, *hip-hop*, *RnB*, dan *K-Pop*, musik koplo tetap menunjukkan kekuatan naratifnya yang bersumber dari keseharian masyarakat. Popularitas *D’Koplo* yang tinggi dalam rating televisi nasional menunjukkan adanya perubahan dalam penerimaan masyarakat terhadap genre ini (Cipta, 2020). Hal ini menjadi indikasi bahwa koplo telah berhasil keluar dari stigma sebagai musik "pinggiran".

Dalam perspektif konstruksi sosial Berger dan Luckmann, realitas sosial dibentuk melalui interaksi simbolik (Ngangi, 2011). Tayangan seperti *D’Koplo* secara aktif membangun makna baru tentang musik koplo, dari musik rakyat menjadi simbol hiburan nasional yang modern, kreatif, dan berkelas.

Penelitian ini menjadi relevan untuk memahami bagaimana televisi membentuk opini publik dan nilai budaya melalui tayangan hiburan. Dalam kerangka kapitalisme budaya (Purwati & Widaningsih, 2025), hiburan tidak lagi netral, tetapi menjadi bagian dari industri yang memproduksi kepuasan dan citra melalui media. Maka, diperlukan kajian lebih dalam untuk melihat bagaimana musik koplo dikonstruksikan dalam tayangan *D’Koplo*, dan bagaimana media berperan dalam membentuk persepsi serta legitimasi sosial terhadap musik lokal.

Fokus penelitian ini adalah menganalisis bagaimana elemen-elemen dalam tayangan *D’Koplo* seperti pemilihan peserta, format acara, dan respons penonton berkontribusi pada pembentukan konstruksi sosial terhadap musik koplo. Penelitian ini dibatasi pada kajian tayangan *D’Koplo* di Indosiar, dengan menggunakan teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann sebagai kerangka utama.

Kesenjangan penelitian yang ingin dijawab adalah kurangnya kajian yang secara khusus membahas representasi musik koplo dalam tayangan televisi arus utama sebagai proses konstruksi budaya. Penelitian sebelumnya cenderung menyoroti aspek musik atau budaya populer secara umum. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam memahami peran media televisi dalam membentuk persepsi dan nilai budaya terhadap musik lokal di Indonesia.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang memandang realitas sebagai hasil konstruksi sosial (Ghassani et al., 2025), terbentuk melalui pengalaman, interaksi, dan konteks budaya. Paradigma ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin mengkaji bagaimana media, dalam hal ini tayangan *D’Koplo* di Indosiar, membentuk persepsi publik terhadap musik koplo. Dalam konstruktivisme, media tidak dianggap netral, tetapi justru berperan aktif dalam membentuk makna melalui representasi tertentu. Dengan demikian, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menelusuri proses terbentuknya makna sosial di balik tampilan hiburan yang disajikan televisi. Sebagaimana dijelaskan oleh (Kasemin, 2016) dan (Almas, 2018), paradigma konstruktivisme

memberi kerangka berpikir untuk memahami realitas sebagai sesuatu yang terus dikonstruksi dan dinegosiasikan secara sosial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, mengacu pada panduan (Yin, 2019), karena fokusnya adalah mendalami fenomena tayangan *D’Koplo* secara kontekstual dan menyeluruh. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama: (1) observasi langsung terhadap tayangan *D’Koplo* untuk mencermati unsur visual dan audio, (2) wawancara semi-terstruktur dengan tim produksi, peserta, penonton, serta komunitas Temon Holic guna menggali pengalaman dan makna yang mereka bangun dari tayangan tersebut, dan (3) dokumentasi berupa arsip tayangan, kebijakan KPI, serta publikasi media terkait. Subjek penelitian dipilih secara purposif, dengan kriteria keterlibatan langsung atau intens dalam program tersebut, sehingga dapat memberikan informasi yang relevan dan mendalam.

Data dianalisis menggunakan model analisis interaktif (Miles & Huberman, 1994) yang mencakup tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyaring dan merangkum informasi penting, penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi atau visual tematik untuk memudahkan interpretasi, dan kesimpulan ditarik secara bertahap berdasarkan pola dan hubungan antar data. Analisis dilakukan secara induktif, yaitu membangun pemahaman dari data lapangan, bukan dari asumsi awal. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana televisi membentuk konstruksi sosial musik koplo dan bagaimana representasi tersebut memengaruhi penerimaan publik terhadap genre ini dalam konteks budaya populer Indonesia.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam konteks konstruksi sosial media massa, (McQuail, 2010) menyatakan bahwa media memiliki kapasitas untuk memproduksi realitas yang diterima oleh publik melalui seleksi, interpretasi, dan penyajian pesan yang sistematis. Indosiar, dalam program *D’Koplo*, tidak hanya menampilkan hiburan berbasis musik, tetapi juga turut membentuk persepsi baru terhadap musik koplo sebagai genre yang layak tampil di televisi nasional dengan format kompetisi profesional. Dalam tahap awal, yakni pembuatan materi konstruksi, Indosiar menyusun program dengan mempertimbangkan elemen visual, vokal, dramatisasi, hingga latar sosial peserta. Acara ini tidak netral; *D’Koplo* sarat dengan pilihan produksi yang secara sadar menyajikan musik koplo dalam bentuk yang lebih modern, bersih, dan 'layak tonton' oleh berbagai kelas sosial. Seorang kru produksi menyebutkan dalam wawancara, “kami ingin mengangkat citra koplo dari musik pinggiran menjadi musik yang bisa diterima semua orang.” Pernyataan ini menunjukkan bahwa *D’Koplo* tidak sekadar menampilkan realitas, tetapi menciptakan versi realitas yang sudah terkurasi sesuai kepentingan estetika dan komersial media.

Selanjutnya, pada tahap sebaran konstruksi, distribusi tayangan diperluas melalui media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok, sehingga

menjangkau khalayak yang lebih luas dibanding sekadar penonton televisi. Hal ini selaras dengan teori jaringan komunikasi (Monge & Contractor, 2003), yang menjelaskan bahwa kekuatan informasi dalam era digital terletak pada kemampuannya untuk beredar secara luas dan cepat lintas platform. Tayangan *D’Koplo* tidak berhenti pada layar kaca; ia hidup kembali dalam bentuk potongan video viral, meme, komentar, dan reaksi publik di media sosial. Proses ini bukan hanya memperkuat kehadiran acara secara kuantitatif, tetapi juga memperdalam dampaknya secara kualitatif sebab interaksi online memungkinkan audiens untuk menilai, mendukung, atau bahkan menolak narasi yang disajikan. Stolerio et al. (2024) menyebut hal ini sebagai bentuk “*public connection*” di mana media menjadi titik temu antara narasi institusional dan respons masyarakat yang bersifat dinamis dan partisipatif. Dalam hal ini, bahwa media sosial memainkan peran penting dengan memfasilitasi pertukaran informasi, akses terhadap berita, promosi, dan interaksi lintas batas secara global (Bari et al., 2025).

Pada tahap pembentukan realitas dan citra, media secara aktif memproduksi representasi yang dapat membentuk harapan dan persepsi masyarakat tentang seperti apa musik koplo ‘seharusnya’ ditampilkan (Kurniasari, 2016). Dalam *D’Koplo*, ini dilakukan melalui penilaian juri, gaya panggung, kostum peserta, dan alur cerita personal yang dibangun untuk menambah daya tarik emosional. Penonton diajak tidak hanya menilai suara, tetapi juga penampilan, kepribadian, dan latar belakang peserta. Hal ini menciptakan standar tersendiri, bahwa penyanyi koplo ideal adalah mereka yang tidak hanya memiliki teknik vokal, tetapi juga tampil modis dan mampu tampil elegan. Seorang juri pernah menyampaikan, “kamu harus belajar menahan goyangan agar terlihat lebih anggun, ini panggung nasional,” yang menunjukkan bahwa ada tuntutan untuk meninggalkan ekspresi koplo tradisional demi narasi yang lebih bisa diterima pasar nasional.

Analisis ini menunjukkan bahwa media tidak hanya mencitrakan ulang budaya lokal, tetapi juga merekonstruksinya dalam bingkai estetika kapitalisme. Goodarzi et al. (2021) menjelaskan bahwa representasi media selalu bekerja melalui ideologi adalah sesuatu yang disampaikan media bukan hanya refleksi realitas, tetapi konstruksi aktif berdasarkan kekuasaan dan kepentingan. Maka, *D’Koplo* menjadi contoh konkret bagaimana musik tradisional dikemas ulang agar sesuai dengan logika pasar dan selera publik urban. Pada tahap konfirmasi, masyarakat menjadi aktor penting dalam menyetujui atau menantang konstruksi ini. Penonton tidak lagi pasif, mereka mengomentari penampilan, membuat video reaksi, bahkan menyusun narasi tandingan melalui meme atau konten parodi. Misalnya, komentar seperti, “koplo kok terlalu rapi, malah hilang goyangannya,” menunjukkan adanya resistensi terhadap homogenisasi budaya lokal yang dilakukan media. Maka, validasi publik tidak selalu menunjukkan bentuk penerimaan penuh, melainkan juga menjadi ruang bagi negosiasi makna dan kritik terhadap dominasi simbolik yang dibangun oleh media. Hal ini menunjukkan bahwa media bukan satu-satunya faktor yang memengaruhi persepsi

masyarakat, melainkan berinteraksi dengan berbagai elemen sosial lainnya dalam membentuk realitas (Mahfud, 2025).

Teori konstruksi sosial Berger & Luckmann (1966) memberikan kerangka yang relevan untuk memahami dinamika *D’Koplo* sebagai sebuah fenomena media yang mereproduksi realitas. Tahap eksternalisasi terjadi saat musik koplo yang sebelumnya berkembang secara organik di masyarakat diangkat ke ranah media televisi dengan tujuan eksplisit, meredefinisi citranya agar lebih berkkelas dan profesional. Dalam hal ini, *D’Koplo* menampilkan musisi koplo dalam balutan tata panggung megah, sound system berkualitas, dan sistem audisi modern. Tujuannya bukan hanya untuk mempertontonkan bakat, tetapi juga untuk menunjukkan bahwa koplo mampu 'naik kelas'. Ini adalah bentuk artikulasi ulang budaya dari bawah ke atas oleh media yang memiliki kuasa simbolik.

Tahap berikutnya, objektivasi, terjadi saat tayangan dan standar yang disajikan mulai dianggap sebagai “cara yang benar” dalam menampilkan musik koplo. Media menciptakan kategori dan harapan baru tentang genre ini, lebih bersih, lebih elegan, dan lebih cocok dengan nilai-nilai televisi arus utama (Creeber, 2023). Akhirnya, proses ini sampai pada internalisasi, ketika masyarakat mulai mengadopsi standar ini dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa komentar penonton menunjukkan hal ini, seperti, “Saya bangga sekarang nonton koplo karena acaranya keren dan tidak norak.” Ini menandakan bahwa nilai-nilai baru yang dipromosikan media telah menyatu dalam cara pandang masyarakat. Namun, di sinilah pentingnya kritik akademis, apakah internalisasi ini benar-benar mencerminkan kemajuan, atau sekadar penyesuaian budaya lokal terhadap selera pasar yang ditentukan oleh media?

Melalui lensa ini, konstruksi sosial *D’Koplo* tidak bisa dipisahkan dari struktur kekuasaan ekonomi, estetika media, dan interaksi sosial digital. Media tidak hanya menyampaikan konten, media membentuk norma dan mengarahkan makna. Tetapi pada saat yang sama, audiens tidak sepenuhnya tunduk. media juga terlibat dalam proses re-interpretasi, resistensi, bahkan produksi makna alternatif. Proses ini menunjukkan bahwa realitas sosial dalam media bukan sesuatu yang stabil atau tunggal, melainkan hasil kontestasi berkelanjutan antara institusi media dan masyarakat. Dengan demikian, *D’Koplo* adalah studi kasus penting tentang bagaimana media membentuk, membingkai, dan mengedarkan makna sekaligus membuka peluang bagi masyarakat untuk bernegosiasi atas citra diri dan budaya mereka.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa tayangan *D’Koplo* di Indosiar telah berhasil membentuk konstruksi sosial baru terhadap musik koplo dengan mengubah citranya dari yang semula identik dengan kesan sensual menjadi bentuk pertunjukan yang estetis, elegan, dan dapat diterima oleh berbagai lapisan masyarakat. Proses ini berlangsung melalui tahapan pembuatan materi, penyebaran lintas media, pembentukan citra melalui penilaian dan narasi, serta konfirmasi melalui interaksi aktif penonton, khususnya di media sosial, yang

menunjukkan bahwa audiens bukan hanya penerima pasif tetapi juga agen dalam pembentukan makna. Implikasi praktis dari temuan ini menunjukkan bahwa media massa, khususnya televisi, memiliki peran strategis dalam merancang ulang representasi budaya lokal agar sesuai dengan nilai-nilai masyarakat yang lebih luas tanpa menghilangkan akar budayanya, serta membuka peluang bagi genre lokal lainnya untuk diangkat secara lebih adaptif dan inklusif. Keterlibatan publik dalam merespons konten juga memberikan sinyal penting bagi industri media agar lebih sensitif terhadap dinamika sosial dan kultural yang berkembang. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu belum menggali secara menyeluruh perspektif dari berbagai kelompok masyarakat dan pelaku budaya lain di luar program *D’Koplo*, serta terbatas pada satu platform media. Oleh karena itu, studi lanjutan disarankan untuk mengeksplorasi dampak jangka panjang tayangan semacam ini terhadap identitas budaya masyarakat dan peran media sosial sebagai ruang diskusi kritis, sekaligus melibatkan responden dari berbagai latar belakang sosial dan kultural guna mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Akil, R., Rasyidin, N., & Lumongga Dwihadah, D. (2024). Mediatized World in Digital Music Industry: Transformations, Challenges, and Opportunities - A Study in Indonesia. *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 4(3), 443–449. <https://doi.org/10.35877/454RI.daengku2549>
- Ali, I. F., Tolapa, M., & Nua, S. P. (2022). Analisis Semiotika Unsur-Unsur Budaya Jawa Timur Dalam Film Bumi Manusia. *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi*, 1(1), 50–62. <https://doi.org/10.59713/jipik.v1i1.28>
- Almas, A. F. (2018). Sumbangan Paradigma Thomas S. Kuhn dalam Ilmu dan Pendidikan (Penerapan Metode Problem Based Learning dan Discovery Learning). *At-Tarbawi: Jurnal Kajian Kependidikan Islam*, 3(1), 89. <https://doi.org/10.22515/attarbawi.v3i1.1147>
- Bari, H. A., Romadlan, S., & Maududi, M. M. (2025). Pengaruh Terpaan Berita Konflik Palestina-Israel di Akun Instagram @eye.on.palestine terhadap Sikap Peduli Sosial di Kalangan Remaja (Survei pada Remaja RW.01 Kebon Jerok). *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi*, 4(1), 55–73. <https://doi.org/10.59713/jipik.v4i1.1127>
- Berger, L. P., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality*. Anchor Book.
- Cipta, S. E. (2020). Musik Koplo Sebagai Identitas Kelokalan Baru Pada Penggunaan Bahasa Osing Banyuwangi (Berdasarkan Tinjauan Sosio Kultural-Historis). *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4(1), 78. https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v4i1.517
- Creeber, G. (2023). *The Television Genre Book* (G. Creeber, Ed.; 4th Edition). Bloomsbury Publishing Plc. <https://doi.org/10.1007/978-1-84457-898-6>

- Fitriyadi, I., & Alam, G. (2020). Globalisasi Budaya Populer Indonesia (Musik Dangdut) di Kawasan Asia Tenggara. *Padjadjaran Journal of International Relations*, 1(3), 251. <https://doi.org/10.24198/padjir.v1i3.26196>
- Ghassani, A. A., Khohar, A., & Romadlan, S. (2025). Analisis Semiotika Nilai Perjuangan Seorang Ibu dalam Film “How to Make Millions Before Grandma Dies.” *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi*, 4(1), 203–225. <https://doi.org/10.59713/jipik.v4i1.1157>
- Goodarzi, M., Asghar, A., Elahe, F., Daryani, S., Asghar Fahimifar, A., & Daryani, E. S. (2021). New Media and Ideology: A Critical Perspective 1. *Journal of Cyberspace Studies*, 5(2).
- H.B. Raditya, M. (2017). Dangdut Koplo: Memahami Perkembangan hingga Pelarangan. *Studi Budaya Nusantara*, 1(1). <https://doi.org/10.21776/ub.sbn.2017.oo1.01.02>
- Karimah, N. N., Muna, A. S., Saidah, S., & Zahid, A. (2025). Kritik Konsumerisme Budaya Musik dalam Tren Lagu Mas Dho: Analisis Teori Kritis Mazhab Frankfurt dan Perspektif Islam. *Canonica Religia*, 2(2), 199–212. <https://doi.org/10.30762/cr.v2i2.2962>
- Kasemin, K. (2016). *Paradiman Teori Komunikasi dan Paradigma Penelitian Komunikasi*. Media Nusa Creative.
- Kurniasari, N. (2016). REMAJA DAN MUSIK DANGDUT (Reception Studies Musik Dangdut di Kalangan Remaja). *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 8(2).
- Liang, F., & Ji, L. (2024). Manufacturing influencers: the gatekeeping roles of MCNs (Multi-channel networks) in cultural production. *Information, Communication & Society*, 27(12), 2297–2313. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2024.2396614>
- Mahfud, A. (2025). Konstruksi Standarisasi Kecantikan Perempuan dalam Pemberitaan di Rubrik Figur pada Media Online Joglojateng.com. *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi*, 4(1), 280–299. <https://doi.org/10.59713/jipik.v4i1.1176>
- McQuail, D. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Empat.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (Second Edition). Sage Publications.
- Monge, P. R., & Contractor, N. (2003). Theories of Communication Networks. In *Theories of Communication Networks*. <https://doi.org/10.1093/oso/9780195160369.001.0001>
- Ngangi, C. R. (2011). KONSTRUKSI SOSIAL DALAM REALITAS SOSIAL. *AGRI-SOSIOEKONOMI*, 7(2), 1. <https://doi.org/10.35791/agrsosk.7.2.2011.85>
- Purwati, A., & Widaningsih, T. (2025). Kapitalisme Budaya dan Industri Media: Komodifikasi Konten dan Nilai Sosial di Era Digital. *Journal Scientific of Mandalika (JSM)*, 6(6), 1692–1710. <https://www.ojs.cahayamandalika.com/index.php/jomla/article/view/4573>
- Rohmawati, Y., Mumtaz, R., Azzah, I., & Khususyairi, J. A. (2023). Kidung Koplo as a Media for Preserving Javanese Language for the Millennial Generation of

- Javanese Diaspora in South Sumatera. *MOZAIK HUMANIORA*, 23(2), 292–305. <https://doi.org/10.20473/mozaik.v23i2.33273>
- Saputra, R., Hasanah, N., Kamaludin, Azis, M., Putra, M. A., & Armayadi, Y. (2024). Peran Seni Dalam Mempertahankan Identitas Budaya Lokal Di Era Modern. *Besaung: Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 9(2), 183–195. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v9i2.4044>
- Stolero, N., Elkady, S., Labaka, L., Verlin, J., Branlat, M., & Adini, B. (2024). Using social media in disaster management: The perceptions of emergency responders versus the public. *Risk, Hazards & Crisis in Public Policy*, 15(2), 128–161. <https://doi.org/10.1002/rhc3.12301>
- Thevenin, B. (2022). MAKING MEDIA MATTER: Critical Literacy, Popular Culture, and Creative Production. In *Making Media Matter: Critical Literacy, Popular Culture, and Creative Production*. <https://doi.org/10.4324/9781003057925>
- Windaningsih, Kholis, N., & Prabayanti, H. R. (2021). Woman's Representation and Shifting Value in Koplo Dangdut Song. In *1st UMGESHIC International Seminar on Health, Social Science and Humanities (UMGESHIC-ISHSSH 2020)*, 753–758. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211020.113>
- Yin, R. K. (2019). *Studi Kasus: Desain & Metode*. PT. Raja Grafindo Persada.