

Strategi Digitalisasi Musik Lokal: Studi Peran Media Sosial dalam Popularitas NDX AKA

Amalia Rizky Fatonah^{1*}, Fitri Nur Ardiantika², Khaylila Safitri³, Farel Ziladio Santoso⁴

^{1*,2,3,4}Program Studi Penerbitan, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta, Depok, Indonesia

Email: ^{1*}amalia.rizky.fatonah@grafika.pnj.ac.id, ²fitri.nur.ardiantika@grafika.pnj.ac.id,

³khaylila.safitri.tgp23@stu.pnj.ac.id, ⁴arel.ziladio.santoso.tgp24@stu.pnj.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi digitalisasi musik lokal melalui peran media sosial dalam meningkatkan popularitas grup musik NDX AKA. Fokus penelitian diarahkan pada tiga platform utama yaitu YouTube, TikTok, dan Instagram yang berfungsi sebagai ekosistem digital pembentuk eksistensi musik dangdut hiphop di era media baru. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan teori ekologi media Marshall McLuhan serta didukung data survei terhadap 95 responden dan observasi media sosial resmi NDX AKA. Analisis data dilakukan untuk mengidentifikasi pola konsumsi media untuk partisipasi audiens, serta relasi antara musisi dan penggemar di ruang digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa YouTube berperan sebagai media distribusi utama yang memperluas jangkauan lintas wilayah dan negara; TikTok menjadi medium partisipatif yang mendorong viralitas melalui sound challenge; sedangkan Instagram berfungsi sebagai ruang interaksi dan loyalitas antara musisi dan penggemar. Sinergi ketiga platform menciptakan lingkungan komunikasi yang memperkuat eksistensi musik lokal dan menegaskan bahwa media digital mampu mengubah audiens pasif menjadi komunitas aktif yang turut menjaga keberlangsungan budaya musik daerah.

Kata Kunci: Digitalisasi Musik, Ekologi Media, Media Sosial, NDX AKA, Musik Lokal.

Abstract

This study aims to analyze the strategy of local music digitalization through the role of social media in enhancing the popularity of the music group NDX AKA. The focus is on three major platforms YouTube, TikTok, and Instagram which act as digital ecosystems shaping the existence of hip-hop dangdut music in the new media era. Using a descriptive qualitative approach within the framework of Marshall McLuhan's media ecology theory, this research draws from an online survey of 95 respondents and observations of NDX AKA's official social media accounts. Data analysis was conducted to identify media consumption patterns for audience participation, as well as the relationship between musicians and fans in digital spaces. The findings reveal that YouTube serves as the main distribution medium expanding audiences across regions and countries, TikTok acts as a participatory platform driving virality through sound-based challenges, and Instagram functions as an interactive space maintaining fan loyalty. The synergy of these platforms creates a communication ecosystem that strengthens the existence of local music, transforming passive audiences into active communities preserving cultural continuity

Keywords: Digitalization of Music, Media Ecology, Social Media, NDX AKA, Local Music.

PENDAHULUAN

Transformasi media digital telah mengubah cara masyarakat memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi musik. Di Indonesia, digitalisasi membuka peluang bagi musisi daerah untuk menembus pasar nasional tanpa ketergantungan pada industri musik arus utama. Salah satu contohnya adalah NDX AKA, grup musik asal Yogyakarta yang menggabungkan dangdut dan hiphop Jawa, dan berhasil menembus platform global melalui YouTube, TikTok, dan Instagram.

Dalam perspektif ekologi media (McLuhan, 1964), media bukan sekadar saluran, melainkan lingkungan yang membentuk perilaku manusia dan sistem sosial di sekitarnya. Media sosial, dalam konteks ini, menjadi ekosistem baru yang memungkinkan interaksi langsung antara kreator dan audiens.

Penelitian terdahulu yang lain menunjukkan relevansi peran media sosial dalam konteks musik. Hakim et al. (2024) menemukan bahwa platform digital seperti Instagram efektif mempertahankan interaksi musik tradisional. Fatonah (2023) menunjukkan bahwa Instagram berfungsi sebagai ruang komunikasi partisipatif yang membangun loyalitas audiens, sementara Jantina (2023) menegaskan bahwa kombinasi YouTube dan Instagram dapat memperkuat pelestarian budaya lokal.

Penelitian ini melanjutkan kajian sebelumnya mengenai peran media sosial sebagai ruang partisipatif dan pembentukan relasi emosional audiens (Fatonah, 2023), serta temuan mengenai pergeseran fungsi media digital dari perantara (gatekeeper) menjadi saluran langsung yang memungkinkan aktor memproduksi, mengelola, dan mendistribusikan narasi secara mandiri (Fatonah & Ardiantika, 2025). Dengan memperluas fokus pada integrasi lintas platform dalam kerangka ekologi media, penelitian ini menempatkan praktik digital NDX AKA dalam konteks lingkungan komunikasi yang semakin terdisintermediasi.

Berdasarkan data dari penelitian terdahulu di atas, penelitian tersebut memberikan kontribusi penting dalam memahami peran media sosial dalam promosi musik dan pelestarian budaya lokal, sebagian besar kajian tersebut masih cenderung melihat platform digital secara terpisah. Studi Fatonah (2023) dan Hakim et al. (2024), misalnya, menekankan fungsi afektif dan partisipatif media sosial, namun belum secara spesifik mengkaji bagaimana sinergi lintas platform membentuk ekosistem komunikasi yang utuh bagi musisi lokal non-industri. Sementara itu, kajian Cao dan Humin (2025) lebih menyoroti mekanisme viralitas TikTok, serta Qu et al. (2021) menekankan dinamika platformisasi dan komodifikasi musisi, tanpa mengaitkannya dengan praktik integratif antarplatform dalam konteks musik lokal.

Namun, penelitian-penelitian tersebut masih menyisakan keterbatasan. Pertama, kajian cenderung membahas platform secara terpisah atau hanya menyandingkannya secara deskriptif, sehingga belum menjelaskan sinergi lintas platform sebagai ekosistem yang saling menguatkan. Kedua, media sosial lebih sering diposisikan sebagai alat promosi/pelestarian, belum banyak yang mengaitkannya dengan logika platform (algoritma, metrik engagement, format konten) yang membentuk visibilitas dan relasi audiens. Ketiga, musisi lokal non-industri masih jarang dibaca sebagai praktik budaya yang bernegosiasi dengan platformisasi, sehingga disintermediasi atau pergeseran dari gatekeeper ke saluran langsung, sering hanya menjadi latar, bukan fokus analisis.

Masih terdapat celah penelitian dalam memahami bagaimana strategi digitalisasi yang memadukan beberapa platform media sosial secara simultan dapat membentuk lingkungan komunikasi yang berkelanjutan bagi musisi lokal. Penelitian ini dilakukan untuk mengisi celah tersebut dengan mengkaji integrasi YouTube, TikTok, dan Instagram sebagai ekosistem media yang saling melengkapi dalam membangun popularitas dan eksistensi musik lokal.

Fenomena digitalisasi musik lokal juga berkaitan erat dengan perubahan karakter audiens di era platform digital. Audiens tidak lagi diposisikan sebagai konsumen pasif yang hanya menerima produk musik, melainkan menjadi aktor yang terlibat aktif dalam proses sirkulasi makna melalui praktik berbagi, penggunaan ulang konten, komentar, dan pembentukan komunitas penggemar. Aktivitas ini memperlihatkan bahwa konsumsi musik di media sosial bersifat partisipatif dan emosional, di mana audiens turut berkontribusi dalam membangun popularitas dan eksistensi musisi melalui interaksi digital yang berkelanjutan.

Dalam konteks platform digital, YouTube, TikTok, dan Instagram memiliki karakteristik ekologis yang berbeda namun saling melengkapi. YouTube berfungsi sebagai medium distribusi dan arsip yang memberikan legitimasi dan jangkauan luas terhadap karya musik; TikTok mendorong partisipasi audiens melalui mekanisme viralitas dan reproduksi konten berbasis sound; sementara Instagram menjadi ruang relasional yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah serta pembentukan loyalitas audiens. Kombinasi ketiga platform ini menciptakan ekosistem media yang tidak hanya memperluas jangkauan musik lokal, tetapi juga membentuk pola keterlibatan audiens yang lebih intens dan berlapis.

Lebih jauh, logika platform digital menunjukkan bahwa eksistensi di ruang media baru sangat dipengaruhi oleh algoritma, metrik keterlibatan, dan intensitas interaksi. Dalam lingkungan komunikasi yang terdisintermediasi, visibilitas tidak semata ditentukan oleh kualitas karya, tetapi juga oleh kemampuan aktor memanfaatkan fitur platform dan dinamika partisipasi audiens. Kondisi ini menegaskan bahwa strategi digitalisasi musik lokal perlu dipahami tidak hanya sebagai strategi promosi, melainkan sebagai praktik kultural yang berlangsung dalam lingkungan media yang aktif membentuk persepsi, preferensi, dan pengalaman audiens.

Dengan demikian, pendekatan ekologi media menjadi relevan untuk membaca bagaimana relasi antara teknologi, audiens, dan budaya musik lokal saling mempengaruhi dalam ruang digital. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang lebih komprehensif terhadap praktik digital NDX AKA, tidak hanya sebagai fenomena popularitas, tetapi sebagai bagian dari proses adaptasi dan keberlanjutan musik lokal dalam ekosistem media sosial yang terus berkembang. Integrasi antara data empiris audiens dengan pendekatan ekologi media pada konteks musik lokal, khususnya yang memadukan tiga platform utama secara simultan, masih relatif jarang dikaji. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menjawab bagaimana strategi digitalisasi NDX AKA melalui YouTube, TikTok, dan Instagram mampu membentuk popularitas sekaligus mempertahankan eksistensi musik lokal di era media baru.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teori ekologi media sebagai kerangka konseptual. Subjek penelitian adalah aktivitas digital grup musik NDX AKA pada tiga platform utama, yaitu YouTube, TikTok, dan Instagram. Ketiga platform ini dipilih karena merepresentasikan karakteristik media yang berbeda namun saling melengkapi dalam ekosistem digital. YouTube diposisikan sebagai medium distribusi dan arsip konten musik, TikTok sebagai ruang partisipasi dan viralitas berbasis reproduksi konten, serta Instagram sebagai ruang relasional yang memungkinkan terjadinya interaksi dua arah dan pembentukan loyalitas audiens. Fokus penelitian diarahkan pada konten musik, pola interaksi, serta respons audiens terhadap aktivitas digital NDX AKA di masing-masing platform.

Pengumpulan data dilakukan dengan beberapa tahapan, antara lain sebagai berikut:

1. Observasi daring terhadap akun resmi NDX AKA (@ndxakatv) melalui interaksi, komentar, dan konten. Observasi media sosial dilakukan secara daring dalam rentang waktu Januari–Maret 2025. Fokus observasi diarahkan pada akun resmi NDX AKA (@ndxakatv) di YouTube, TikTok, dan Instagram, dengan memperhatikan jenis konten yang diunggah, frekuensi unggahan, pola interaksi, serta karakteristik komentar audiens. Selain akun resmi, observasi juga mencakup akun penggemar (fanbase) yang secara aktif membagikan ulang konten NDX AKA, guna melihat pola sirkulasi konten dan partisipasi audiens di luar kanal resmi.
2. Survei daring kepada 95 responden tentang pola konsumsi musik, preferensi platform, dan persepsi terhadap pengaruh media sosial. Responden dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria sebagai berikut: pernah mendengarkan atau mengenal musik NDX AKA dan aktif menggunakan setidaknya satu platform media sosial (YouTube, TikTok, atau Instagram). Teknik ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman pengalaman audiens yang memiliki keterpaparan langsung terhadap aktivitas digital NDX AKA. Dengan demikian, survei tidak dimaksudkan untuk menghasilkan generalisasi statistik, melainkan untuk memperoleh gambaran empiris yang kontekstual mengenai pola konsumsi musik dan persepsi audiens terhadap peran media sosial dalam membentuk popularitas musik lokal.
3. Dokumentasi digital, meliputi tangkapan layar, statistik penayangan, engagement, dan komentar pengguna.

Data dianalisis secara tematik melalui tahap reduksi, kategorisasi, dan interpretasi berdasarkan teori ekologi media McLuhan. Validitas data diperkuat dengan triangulasi antara hasil observasi, survei, dan literatur ilmiah terkini. Validitas data diperkuat melalui teknik triangulasi, yaitu dengan membandingkan hasil observasi, data survei, dan temuan dari literatur ilmiah yang relevan. Melalui triangulasi tersebut, hasil penelitian diharapkan memiliki tingkat keandalan dan kedalaman analisis yang memadai dalam menjelaskan fenomena digitalisasi musik lokal dalam ekosistem media sosial.

Analisis tematik dilakukan melalui proses coding manual terhadap data observasi dan respons survei. Tahap awal dilakukan dengan mengidentifikasi tema-tema awal yang muncul dari data, seperti pola konsumsi platform, bentuk partisipasi audiens, dan relasi emosional antara musisi dan penggemar. Tema-tema tersebut kemudian dikelompokkan dan diinterpretasikan dengan mengacu pada kerangka teori ekologi media McLuhan. Proses analisis ini bersifat iteratif, di mana peneliti secara berulang membandingkan data empiris dengan konsep teoretis untuk memastikan konsistensi dan kedalaman interpretasi.

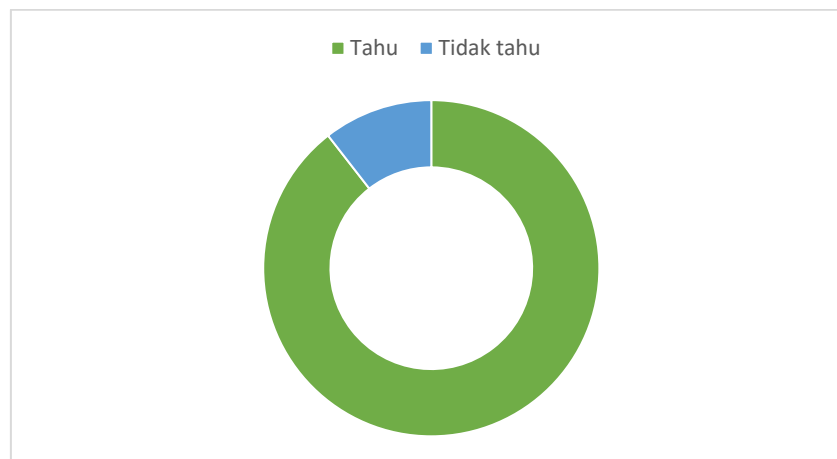
HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil temuan penelitian yang diperoleh dari survei daring terhadap 95 responden serta observasi mendalam pada tiga platform utama NDX AKA, yaitu YouTube, TikTok, dan Instagram. Analisis dilakukan untuk mengidentifikasi pola konsumsi media, bentuk keterlibatan audiens, serta strategi digitalisasi yang diterapkan oleh NDX AKA dalam membangun popularitasnya di ruang media sosial. Pembahasan hasil penelitian dikaitkan dengan kerangka teori ekologi media yang menyoroti

bagaimana setiap platform digital menciptakan lingkungan komunikasi berbeda namun saling melengkapi. Selain itu, interpretasi hasil didukung oleh data kuantitatif survei dan temuan kualitatif dari aktivitas digital NDX AKA untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang ekosistem musik lokal di era digital.

Awareness dan Jangkauan

Survei menunjukkan bahwa 89,5% responden mengenal NDX AKA, sementara hanya 10,5% yang tidak. Hasil survei disajikan dalam tabel berikut:



Gambar 1. Survey Pengenalan NDX AKA

Sebagian besar responden (89,5%) mengenal NDX AKA, menunjukkan bahwa kesadaran publik terhadap musisi lokal ini sangat tinggi. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam meningkatkan visibilitas budaya lokal di ruang publik digital (Aulia, 2025; Kartikasari & Kasiyan, 2024).

Fakta ini menunjukkan bahwa grup ini sudah memiliki awareness yang sangat tinggi. Hal ini sejalan dengan hipotesis bahwa media sosial mampu memperluas jangkauan audiens lintas wilayah. Dalam kerangka ekologi media, ini berarti bahwa YouTube dan TikTok telah menciptakan *ruang digital* yang memperluas eksistensi musik lokal dari lingkup regional ke nasional bahkan transnasional.

Tingginya tingkat awareness tersebut juga menunjukkan bahwa media sosial berperan sebagai ruang legitimasi kultural bagi musik lokal. Dalam ekologi media digital, visibilitas yang berulang dan konsisten memungkinkan karya musik tidak hanya dikenal, tetapi juga diakui sebagai bagian dari lanskap budaya populer. Dengan demikian, eksistensi NDX AKA di ruang digital tidak hanya bersifat kuantitatif melalui jumlah penonton, tetapi juga kualitatif melalui penguatan identitas musik lokal di tengah arus budaya global.

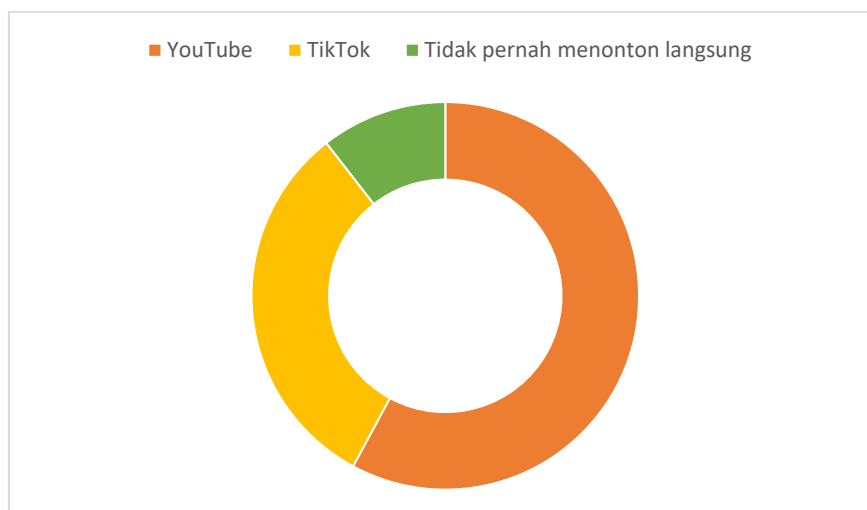
Dalam perspektif ekologi media McLuhan, tingkat awareness yang tinggi ini tidak hanya merefleksikan keberhasilan distribusi pesan, tetapi juga menunjukkan bagaimana media digital membentuk lingkungan persepsi audiens. YouTube dan TikTok sebagai medium audiovisual berperan memperluas jangkauan musik lokal dengan cara menghadirkan pengalaman yang bersifat simultan dan berulang. Dengan kata lain, medium itu sendiri menjadi pesan (*the medium is the message*), di mana eksistensi musik NDX AKA tidak hanya dibangun melalui isi lagu, tetapi melalui kehadirannya yang terus-menerus dalam aliran konten digital audiens.

Platform Distribusi dan Partisipasi

Data survei mengungkap platform utama: YouTube (57,9%) dan TikTok (31,6%). YouTube berfungsi sebagai medium arsip dan distribusi utama, sedangkan TikTok sebagai medium partisipatif yang mendorong reproduksi ulang konten. Misalnya, di TikTok lagu-lagu NDX AKA memiliki unggahan sound ratusan ribu, yang menunjukkan mekanisme viralitas.

TikTok sebagai medium video pendek memiliki karakter ekologis yang secara langsung mempengaruhi cara musik dimaknai dan dikonsumsi. Dalam kerangka *the medium is the message*, bentuk TikTok yang berbasis video singkat, looping, dan sound reuse mendorong musik untuk dipersepsikan bukan sebagai karya utuh, melainkan sebagai potongan *soundbite* yang mudah direproduksi dan diviralkan. Konsekuensinya, pesan musik mengalami pergeseran makna dari ekspresi artistik penuh menuju elemen audio yang bersifat fungsional bagi partisipasi dan tren. Fenomena ini menjelaskan mengapa lagu-lagu NDX AKA lebih cepat dikenal melalui potongan chorus atau beat tertentu dibandingkan keseluruhan struktur lagu.

Hasil survei disajikan dalam gambar berikut:



Gambar 2. Survey Platform Digital

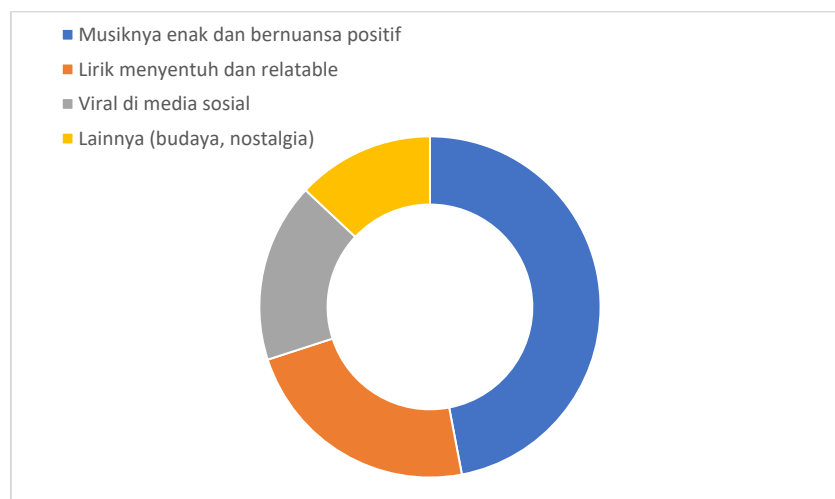
Dalam pembahasan teori, ini sejalan dengan temuan Hakim et al. (2024) bahwa Instagram dan platform serupa telah menjadi ruang pembelajaran dan interaksi musik tradisional (Resital: Journal of Performing Arts). Selain itu, penelitian Anantia (2023) menemukan bahwa interaksi media sosial berdampak positif terhadap kepercayaan audiens pada platform musik digital.

Perbedaan fungsi antara YouTube dan TikTok menunjukkan bahwa strategi digitalisasi musik tidak dapat bergantung pada satu platform semata. YouTube memberikan ruang naratif yang lebih panjang dan stabil, sedangkan TikTok menciptakan sirkulasi makna yang cepat dan repetitif melalui partisipasi audiens. Kombinasi keduanya membentuk alur konsumsi musik yang saling terhubung, di mana audiens dapat berpindah dari konsumsi singkat menuju keterlibatan yang lebih mendalam.

Berbeda dengan TikTok, Instagram membentuk lingkungan komunikasi yang lebih intim dan personal. Melalui unggahan visual, fitur story, dan kolom komentar, musisi dan audiens terlibat dalam relasi yang menyerupai interaksi interpersonal. Dalam konteks ini, terbentuk apa yang dikenal sebagai parasocial interaction, di mana audiens merasa memiliki kedekatan emosional meskipun relasi tersebut berlangsung secara satu arah. Ekologi media Instagram memungkinkan terbentuknya rasa kehadiran dan kedekatan simbolik, sehingga loyalitas audiens terhadap NDX AKA tidak hanya didasarkan pada musik, tetapi juga pada persepsi hubungan personal yang terbangun melalui interaksi digital.

Motif, Konten, dan Preferensi Audiens

Alasan utama mengikuti NDX AKA adalah: musik enak & suasana positif (47%), lirik menyentuh (23%), viralitas media sosial (17%). Tipe konten yang paling disukai adalah video lirik (42%) dan video pendek konser (37%). Hanya 21% yang menyukai video konser penuh.



Gambar 3. Survey Platform Digital

Data survei yang menunjukkan bahwa 47% responden menyukai musik NDX AKA karena dianggap enak dan bernuansa positif diperkuat oleh hasil observasi pada kolom komentar YouTube dan Instagram. Mayoritas komentar audiens tidak hanya menyinggung popularitas lagu, tetapi juga mengapresiasi aransemen musik, lirik berbahasa Jawa, serta nuansa emosional yang dianggap dekat dengan pengalaman sehari-hari. Integrasi antara data survei dan observasi ini menunjukkan bahwa preferensi audiens tidak bersifat abstrak, melainkan tercermin secara nyata dalam praktik interaksi digital.

Interpretasi: Audiens saat ini lebih memilih konten yang mudah dikonsumsi, cepat dikirim ulang, dan memiliki potensi interaksi tinggi, sesuai dengan karakter platform TikTok/YouTube Shorts. ITemuan ini menunjukkan bahwa digitalisasi musik tidak hanya berkaitan dengan distribusi lagu, tetapi juga dengan penyesuaian format konten terhadap karakteristik media sosial. Audiens memaknai NDX AKA sebagai simbol emosional dan kultural. Hasil ini sejalan dengan Hakim et al. (2024) yang menilai media sosial berfungsi sebagai ruang emosional (*affective space*) dalam mengkonstruksi makna musik lokal.

Preferensi terhadap konten berdurasi pendek juga menunjukkan adanya pergeseran pola perhatian audiens di era media sosial. Audiens cenderung merespons konten yang mampu menyampaikan pesan emosional secara cepat dan ringkas, tanpa harus mengorbankan makna kultural yang dikandungnya. Dalam konteks ini, lagu-lagu NDX AKA tidak hanya diposisikan sebagai karya musik, tetapi juga sebagai medium ekspresi emosional yang mudah diadaptasi dan dibagikan oleh audiens.

Peran Ekosistem Antarplatform

YouTube, TikTok, dan Instagram bekerja sebagai sistem ekologi media yang saling terkait:

1. YouTube memperluas jangkauan dan legitimasi (ruang eksistensi)
2. TikTok mendorong viralitas dan produksi ulang pengguna (ruang partisipasi)
3. Instagram membangun loyalitas dan komunikasi dua arah (ruang relasi)

Tabel 4. Peran Ekosistem Antar Platform

Platform	Fungsi Ekologis	Dampak terhadap Eksistensi
YouTube	Distribusi & arsip	Meningkatkan jangkauan lintas wilayah dan negara
TikTok	Partisipasi & viralitas	Mendorong reproduksi konten dan interaksi kolektif
Instagram	Relasi & loyalitas	Memperkuat komunitas fans dan identitas digital

Data observasi menunjukkan akun Instagram NDX AKA TV (1 juta pengikut) memperoleh interaksi signifikan (28,3 ribu likes, 1.254 komentar, 2.874 share) pada satu unggahan—menunjukkan bahwa Instagram efektif sebagai medium loyalitas audiens.

Integrasi antarplatform tersebut memperlihatkan bahwa eksistensi musik lokal di ruang digital dibangun melalui relasi yang berkesinambungan antara distribusi, partisipasi, dan interaksi. Ketika audiens menemukan lagu melalui TikTok, mereka dapat beralih ke YouTube untuk konsumsi penuh, lalu memperkuat kedekatan emosional melalui interaksi di Instagram. Pola ini menunjukkan bahwa ekosistem media sosial bekerja secara simultan dalam membentuk pengalaman audiens yang utuh.

Di YouTube, lagu *Nemen* (205 juta views) dan *Apa Kabar Mantan* (63 juta views) membangun legitimasi arus utama. Sementara itu, di TikTok lagu yang sama digunakan lebih dari 400 ribu unggahan sound. Instagram menjadi ruang relasional dengan lebih dari 1 juta pengikut dan ribuan komentar aktif. Hasil ini sejalan dengan temuan Fatonah (2023) yang menekankan fungsi Instagram sebagai media partisipatif dan emosional. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram berfungsi sebagai ruang aktif bagi komunikasi sosial, sekaligus memperkuat keberlangsungan musik lokal dalam ekosistem digital yang partisipatif dan interaktif.

Ekologi Media dan Implikasi Digitalisasi

Meskipun jangkauan dan interaksi tinggi, tantangan muncul pada kesinambungan: viralitas di TikTok bisa bersifat sementara (Hakim et al., 2024). Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi digitalisasi NDX AKA harus mempertimbangkan kontinuitas, tidak hanya viral sesaat, tetapi bagaimana mempertahankan engagement dan relasi dengan fans melalui Instagram dan YouTube.

Ketiga platform membentuk sistem ekologis yang saling terhubung. YouTube menjadi *medium of extension* yang menyebarkan pesan, TikTok menjadi *medium of amplification* yang menggandakan makna melalui partisipasi, dan Instagram menjadi *medium of interaction* yang memperkuat identitas kolektif. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi musik tidak hanya merupakan transformasi teknologi, tetapi juga pembentukan lingkungan komunikasi baru yang menghubungkan emosi, budaya, dan partisipasi.

Dalam perspektif ekologi media, hubungan antarplatform tersebut membentuk lingkungan komunikasi yang dinamis dan adaptif. Media sosial tidak hanya memfasilitasi penyebaran musik, tetapi juga membentuk cara audiens memahami, merasakan, dan memaknai musik sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, keberhasilan digitalisasi musik lokal sangat ditentukan oleh kemampuan musisi dalam membaca karakter ekologis setiap platform dan mengelolanya secara strategis.

Media sosial dapat dipahami sebagai lingkungan afektif yang memediasi pengalaman emosional audiens. Musik tidak hanya dikonsumsi secara auditif, tetapi juga dimaknai melalui interaksi digital yang melibatkan emosi, identitas, dan budaya (Fatonah, 2023). Temuan ini juga sejalan dengan kajian terbaru penulis yang menunjukkan bagaimana platform digital, khususnya YouTube, memungkinkan aktor untuk mengelola visibilitas, membangun kedekatan emosional, serta menciptakan ilusi transparansi melalui komunikasi langsung berbasis platform (Fatonah & Ardiantika, 2025). Hal ini menegaskan bahwa digitalisasi musik merupakan proses pembentukan lingkungan komunikasi baru, bukan sekadar transformasi teknologi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa popularitas NDX AKA di ruang digital tidak hanya merupakan akibat dari penyebaran konten musik semata, melainkan hasil dari proses ekologis yang kompleks antara media, audiens, dan budaya lokal. YouTube, TikTok, dan Instagram berperan saling melengkapi dalam membentuk lingkungan digital yang memungkinkan musik lokal bertahan sekaligus beradaptasi dengan dinamika teknologi komunikasi. Interaksi dan partisipasi audiens memperlihatkan bahwa musik tidak lagi berfungsi sebagai produk, melainkan sebagai praktik sosial yang hidup di dalam jaringan media. Pembahasan ini menunjukkan bahwa strategi digitalisasi musik lokal memiliki keterkaitan yang erat dengan konsep ekologi media, di mana keberhasilan sebuah karya tidak hanya diukur melalui angka tayangan atau viralitas, tetapi juga melalui kemampuan membangun jejaring makna dan relasi sosial yang berkelanjutan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap platform media sosial memiliki karakter ekologis yang membentuk pesan musik secara berbeda. YouTube memperkuat legitimasi dan kontinuitas karya, TikTok mendorong fragmentasi dan viralitas pesan, sementara Instagram membangun relasi afektif dan loyalitas audiens. Ketiganya tidak bekerja secara terpisah, melainkan saling berkelindan dalam membentuk ekosistem media yang mempengaruhi cara musik lokal diproduksi, didistribusikan, dan dimaknai. Perspektif ekologi media memungkinkan pemahaman bahwa keberhasilan digitalisasi musik lokal bukan semata soal jumlah penonton, tetapi tentang bagaimana medium membentuk pengalaman budaya audiens.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa strategi digitalisasi musik lokal melalui media sosial telah menjadi faktor kunci dalam membentuk eksistensi dan popularitas NDX AKA di ruang digital. Penelitian ini memperlihatkan bahwa ekologi media berperan signifikan dalam menciptakan sistem komunikasi yang memungkinkan musik lokal bertahan, berkembang, dan diterima oleh audiens lintas wilayah. Dapat diartikan, keberhasilan NDX AKA tidak hanya ditentukan oleh kekuatan musikalitasnya, tetapi juga oleh kemampuan mereka memanfaatkan dinamika platform digital untuk membangun jejaring makna, partisipasi, dan identitas budaya yang berkelanjutan.

Penelitian ini juga memperkuat kajian sebelumnya yang menunjukkan bahwa logika platform digital mendorong pergeseran peran media dari perantara menjadi saluran langsung yang memungkinkan aktor mengelola representasi dan visibilitasnya sendiri (Fatonah & Ardiantika, 2025). Pada praktik musik lokal, kondisi ini membuka peluang bagi musisi daerah untuk membangun eksistensi tanpa bergantung sepenuhnya pada industri arus utama, sekaligus menghadirkan tantangan baru terkait ketergantungan pada algoritma dan dinamika perhatian audiens.

Oleh karena itu, implikasi dari penelitian ini tidak hanya bersifat empiris, tetapi juga konseptual. Secara teoretis, studi ini menegaskan relevansi pendekatan ekologi media dalam memahami digitalisasi musik lokal sebagai proses yang bersifat kultural, afektif, dan relasional. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi musisi lokal, pengelola komunitas kreatif, dan pemangku kebijakan budaya dalam merancang strategi digital yang tidak hanya berorientasi pada viralitas, tetapi juga pada keberlanjutan eksistensi dan pelestarian nilai budaya musik lokal di era platform digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Jakarta atas dukungan pendanaan melalui Skema Penelitian Asisten Ahli.

DAFTAR PUSTAKA

- Akil, R. (2024). Mediatized world in digital music industry: Transformations of music production and distribution. *Daengku: Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://jurnal.ahmar.id/index.php/daengku/article/view/2549>
- Anantia, A. A. (2023). Effectiveness of digital music platforms' social media interaction on advertising trust in digital music platforms. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 22(1). <https://www.journalmabis.org/mabis/article/download/624/372>
- Aulia, S. (2025). Creative economy development strategy through the music industry in Indonesia. *Jurnal Kajian Komunikasi*. <https://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/download/57736/25585>
- Cao, H., & Humin, X. (2025). Promoting intangible cultural heritage music on TikTok: Short video affordances, participatory design, and cultural simplification. *Scientific Reports*, 15, Article 9723. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-09723-3>
- Cristiano, J. P. (2025). Pemanfaatan media sosial Instagram dalam pemasaran karya musisi Ayom Satria. *MEA: Music & Entertainment Archives*, 9(2). <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/5703>
- Fatonah, A. R. (2023). The role of social media in guarding environmental issues: Studi netnografi pada akun Instagram @pandemictalks. *Jurnalistik dan Media*, 1(1), 22–31. <https://jurnal.pnj.ac.id/index.php/jjm/article/view/6316>
- Fatonah, A. R., & Ardiantika, F. N. (2025). Transitioning from gatekeepers to channels: Analyzing media disintermediation by Indonesian officials on YouTube. In *Proceedings of the Borobudur Conference on Public Administration (BCPA 2025)*. Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-517-1_15
- Hakim, U., Wibowo, Y., & Putri, D. S. (2024). Integrasi platform media sosial dalam pertunjukan musik tradisional. *Resital: Journal of Performing Arts*, 25(2). <https://journal.isi.ac.id/index.php/resital/article/download/13783/4108>
- Ikhsano, A., Stellarosa, Y., & Ramonita, L. (2024). Digital communication in music industry: An analysis of Instagram management in Indonesia and Southeast Asia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 40(4), 521–538. <https://www.researchgate.net/publication/387512855>
- Jantina, N. W. (2023). Pemanfaatan media sosial YouTube dan Instagram untuk pelestarian budaya lokal. *Pilar: Jurnal Sosial dan Budaya*, 7(1). <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/pilar/article/download/6133/4660>
- Kartikasari, R. D., & Kasiyan. (2024). The existence of Indonesian indie bands in the era of Generation Z: A review and challenges. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 11(11), 252–262. <https://ijmmu.com/index.php/ijmmu/article/download/6232/5113>
- Kohardinata, C. (2023). Pengaruh video online-music streaming terhadap literasi digital di Indonesia. *Tonika: Jurnal Ilmu Musik*. <https://journal.stt-abdiel.ac.id/tonika/article/view/527>
- Lestari, F. U. (2025). Pengaruh social media marketing dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian: Implikasi untuk industri musik. *PENDAS: Jurnal Pendidikan dan Pemasaran*. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/pendas/article/view/22581>
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. New York: McGraw-Hill.
- Rozi, R. F. (2023). Learning, production and exhibition in digital space: A study on YouTube's influence on music content. *Capture: Jurnal Seni dan Media*. <https://jurnal.isi-ska.ac.id/index.php/capture/article/view/4657>
- Qu, S., Zhang, Y., & Li, M. (2021). Music streaming platforms and self-releasing musicians: The case of China. *Information, Communication & Society*. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1917795>
- Verboord, M., & van Noord, S. (2016). The online place of popular music: Exploring the impact of geography and social media on pop artists' mainstream media attention. *Popular Music and Society*, 39(1), 59–77. <https://doi.org/10.1080/03007766.2015.1061351>
- Winkler, D., Hotz-Behofsits, C., Wlömert, N., & Papiès, D. (2024). The impact of social media on music demand: Evidence from a quasi-natural experiment. Preprint on arXiv. <https://arxiv.org/abs/2405.14999>