

Kritik Konsumerisme Budaya Musik dalam Tren Lagu Mas Dho: Analisis Teori Kritis Mazhab Frankfurt dan Perspektif Islam

Naila Niswatul Karimah*, Arina Sabilal Muna*, Saidah*, A. Zahid**

Institut Agama Islam Negeri Kediri, Indonesia*; Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Indonesia**
idasaidah@iainkediri.ac.id

Keywords: Consumerism, Frankfurt school critical theory, industrial culture, Islamic perspective, popular music.	Abstract This study examines the phenomenon of industrial culture reflected in the trend of Javanese koplo dangdut music popularized by Mas Dho among Indonesian millennials. Using a descriptive qualitative approach, data were gathered through interviews with Mas Dho's listeners and content analysis of social media platforms. Guided by the Critical Theory of the Frankfurt School and Islamic ethical perspectives, the findings reveal that the popularity of Mas Dho's songs exemplifies cultural commodification, where music is transformed into a market-driven product within the capitalist system. This commodification fosters a false consciousness among consumers, subtly aligning their cultural tastes with industrial interests. From an Islamic viewpoint, music consumption is not merely an aesthetic act but a moral engagement that demands adherence to spiritual and ethical values. The research emphasizes critical awareness in consuming popular culture and calls for balancing artistic freedom with Islamic principles of morality, modesty, and social responsibility. In this light, the study invites a rethinking of how cultural products should foster moral consciousness rather than serve solely as instruments of capitalist commodification.
Kata Kunci: Konsumerisme, Teori Kritis Mazhab Frankfurt, Budaya Industri, perspektif Islam, musik populer.	Abstrak Penelitian ini mengkaji fenomena budaya industri yang tercermin dalam tren musik dangdut koplo berbahasa Jawa yang dipopulerkan oleh Mas Dho di kalangan milenial Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara dengan pendengar lagu-lagu Mas Dho serta analisis konten media sosial. Berlandaskan Teori Kritis Mazhab Frankfurt dan perspektif etika Islam, temuan penelitian menunjukkan bahwa popularitas lagu-lagu Mas Dho merupakan bentuk komodifikasi budaya, di mana musik diubah menjadi produk pasar dalam kerangka sistem kapitalisme. Praktik ini melahirkan kesadaran palsu di kalangan konsumen, yang secara halus diarahkan untuk menyesuaikan selera budaya mereka dengan kepentingan industri. Dalam pandangan Islam, konsumsi budaya musik tidak hanya dipandang sebagai aktivitas estetis, melainkan juga sebagai tindakan moral yang harus memperhatikan nilai-nilai spiritual dan etika. Penelitian ini menegaskan pentingnya membangun kesadaran kritis dalam mengonsumsi budaya populer, serta menyerukan perlunya keseimbangan antara kebebasan artistik dengan prinsip-prinsip moral Islam, seperti kesederhanaan dan tanggung jawab sosial. Dengan demikian, penelitian ini mengajak untuk meninjau kembali bagaimana produk budaya seharusnya mendorong kesadaran moral, bukan sekadar menjadi instrumen komodifikasi kapitalis.
Article History:	Received: 2025-01-04 Accepted: 2025-02-10 Published: 2025-02-27
MLA Citation Format	Karimah, Naila Niswatul, et al. "Kritik Konsumerisme Budaya Musik Dalam Tren Lagu Mas Dho: Analisis Teori Kritis Mazhab Frankfurt Dan Perspektif Islam." <i>Canonia Religia</i> , vol. 2, no. 2, 2025, pp. 199-12, https://doi.org/10.30762/cr.v2i2.2962 .
APA Citation Format	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. <i>Canonia Religia</i> , 2(2), 199-212. https://doi.org/10.30762/cr.v2i2.2962

Pendahuluan

Selama beberapa dekade terakhir, industri musik Indonesia mengalami transformasi yang signifikan sebagai akibat dari meningkatnya minat dalam budaya populer. Transformasi ini tidak hanya mempengaruhi proses produksi dan distribusi musik, tetapi juga makna dan peran sosial musik. Fenomena ini jelas terlihat dalam tren lagu Mas Dho, di mana nilai-nilai penting musik sebagai alat ekspresi spiritual dan sosial mulai dilupakan

karena fokus pada pasar dan keuntungan finansial. Paradigma Mazhab Frankfurt menggambarkan industri budaya sebagai alat untuk mengontrol dan homogenisasi masyarakat, yang mengutamakan keuntungan ekonomi daripada nilai-nilai humanis.

Lagu Mas Dho, yang menjadi sangat populer, adalah contoh nyata dari fenomena ini. Lagu tersebut tidak hanya menonjol karena musik dan liriknya, tetapi juga karena bagaimana publik mempromosikan dan mengonsumsinya. Lagu seperti Mas Dho menggambarkan kecenderungan budaya musik yang semakin terikat pada logika komersialisasi dan kapitalisme saat kita menghadapi gelombang transformasi sosial yang begitu cepat. Oleh karena itu, analisis gaya musik Mas Dho harus dilakukan secara menyeluruh dengan mempertimbangkan kedua sudut pandang Islam dan teori kritis Mazhab Frankfurt.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Prakoso pada tahun 2020 menemukan bahwa elemen estetika dalam lagu-lagu populer yang mengikuti tren budaya industri sering diciptakan untuk tujuan konsumerisme, di mana kepentingan pasar dan algoritma budaya memengaruhi elemen estetika musik. Metode kritis ini juga dapat digunakan untuk menganalisis lagu Mas Dho karena ada disonansi antara nilai seni dan nilai komersial. Dalam hal ini, teori kritis mengungkapkan bagaimana konsumerisme telah mengubah persepsi dan cita rasa musik, dan menekan kemungkinan terjadi inovasi kreatif radikal dan autentik¹.

Ada banyak pandangan para Ulama tentang musik, sebagian ulama berpendapat bahwa musik dapat memicu perilaku negatif, sedangkan yang lain lebih terbuka terhadap nilai artistik dan hiburan yang dapat ditawarkan oleh musik selama tidak bertentangan dengan ajaran agama. Lirik Mas Dho yang sederhana tetapi penuh emosi mungkin menunjukkan seberapa besar musik memengaruhi pikiran dan perilaku sosial, yang dapat berdampak baik maupun buruk pada pendengarnya. Oleh karena itu, sangat penting untuk menilai apakah lagu ini menunjukkan nilai-nilai Islam yang mendorong kebenaran dan kebaikan atau sebaliknya.

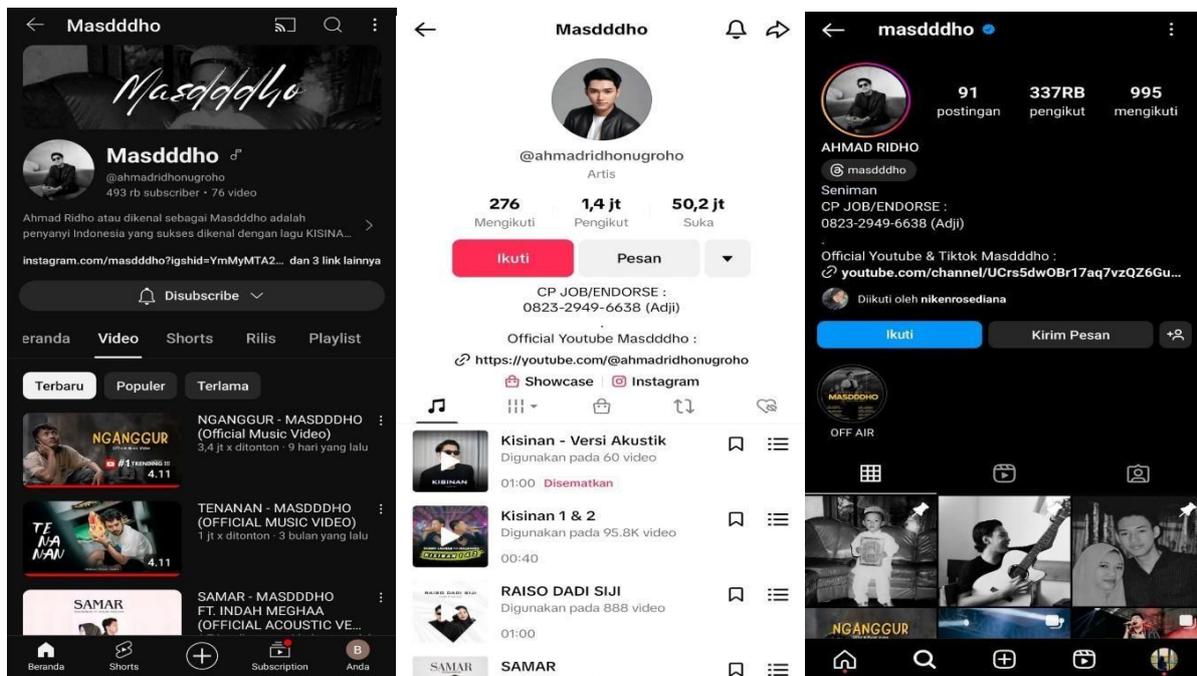
Fenomena tren lagu Mas Dho sedang populer pada saat ini, Ahmad Ridho Nugroho yang akrab disapa Mas Dho ini merupakan salah satu musisi kelahiran Jawa Timur. Dengan lagu-lagu dangdut berbahasa Jawa koplo yang dibawakannya, sosok penyanyi muda Mas Dho terus melonjak naik popularitasnya dengan memikat hati para pecinta musik di tanah air. Selain keahliannya dalam menyanyi Mas Dho juga memiliki bakat dalam menulis lagu. Sebelum merilis lagunya yang pertama, Mas Dho sering menjadi penyanyi cover. Mas Dho pertama kali sukses dikenal dengan lagunya yang berjudul "Kisinan". Pada 12 November 2022 Mas Dho merilis lagu pertamanya yang berjudul "Tajin".

Dengan versi original lagu ini diunggah melalui youtube dan ditonton oleh 335 ribu orang hingga saat ini. Setelah merilis lagu "Tajin" ini Mas Dho banyak mengcover lagu dari penyanyi terkenal lainnya seperti lagu "Rasah Bali" milik Dika Fajar Lavora, lagu "Top Topan 2" karya Miqbal GA, lagu "Sanes" karya Andry Priyatna, lagu "Nemen" karya Gilga Sahid dan lagu-lagu lainnya yang juga diminati oleh khalayak umum. Karya kedua yang dirilis oleh Mas Dho yakni lagu dengan judul "Lintang Kenangan" pada 1 Juni 2023 yang diunggah di akun youtubanya dan ditonton oleh 11 ribu orang. Tidak lama setelah itu Mas

¹ Prakoso, B. (2020). Tren budaya industri pada lagu didi kempot: perspektif teori kritis. *Orasi Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(1), 15. <https://doi.org/10.24235/orasi.v11i1.6281>

Dho kembali merilis karya ketiganya, lagu dengan judul “Kisinaan” pada 11 Juli 2023. Tidak kalah dengan kedua lagu sebelumnya lagu ini juga mencapai 27 juta penonton melalui media youtube miliknya. Lagu keempat ciptaannya rilis pada 14 Oktober 2023 dengan judul “Kisinaan 2”.

Lagu ini menjadi pelengkap dari lagu sebelumnya yang berjudul “Kisinaan”. Mas Dho kembali merilis lagunya yang baru pada 15 Desember 2023 dengan judul “Samar”. Lagu ini menjadi karyanya yang kelima. Selanjutnya Mas Dho kembali mengeluarkan karyanya yang keenam dengan Judul “Tenanan” pada 12 Februari 2024. Lagu ini menjadi karya pertamanya di tahun 2024 setelah karya – karyanya yang rilis di tahun 2023. Tidak berhenti disitu, 13 Mei 2024 Mas Dho kembali merilis lagu karyanya yang berjudul “Nganggur”. Lagu ini mencapai trending 1 pada kategori musik diyoutube, ditonton sebanyak 3,4 juta kali. Dari karya – karyanya tersebut Mas Dho semakin terkenal dan sukses menarik perhatian pecinta musik. Selain menyanyikan karya–karyanya sendiri dan mengcover lagu karya musisi lainnya Mas Dho juga sudah banyak berkolaborasi dengan musisi ternama Indonesia lainnya.



Gambar 1. Profil Youtube, Tik Tok dan Instagram Mas Dho

Dari profil media sosial milik Mas Dho ini di Youtube telah mencapai 493 ribu subscriber, sementara pada akun tik toknya telah mencapai 1,4 juta pengikut, kemudian pada akun instagramnya yang memiliki 337 ribu followers. Dari data ini dapat diketahui bahwa peminat Mas Dho sudah sangat banyak dilihat dari jumlah followers dan views dari akun media sosialnya. Lagu–lagu ciptaan Mas Dho dinikmati para pecinta musik dengan emosional. Isi dari bait lagunya yang dapat mewakili perasaan mereka dan sesuai dengan apa yang sedang dialaminya.

Analisis lagu Mas Dho akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang peran musik dalam masyarakat modern karena Islam yang menekankan moralitas dalam hiburan

dan teori kritis Mazhab Frankfurt yang mengkritik komersialisasi budaya. Pemahaman ini tidak hanya membantu kita memahami bagaimana budaya musik berubah, tetapi juga membantu kita memahami bagaimana hal itu berdampak pada pembentukan identitas sosial, nilai, dan ideologi konsumerisme dalam kehidupan sehari-hari.

Dari sudut pandang Islam, fenomena konsumerisme dalam budaya musik juga sangat diperhatikan. Seiring dengan munculnya suara agama yang menekankan nilai-nilai moral dan moralitas, terdapat kecenderungan untuk mengkritik musik yang dianggap telah kehilangan dakwah dan pesan moralnya. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Latif Latif (2020) menemukan bahwa nilai-nilai pendidikan Islam yang terkandung dalam lirik lagu berfungsi sebagai sarana dakwah dan sebagai sarana pembentukan karakter. Pandangan ini memberikan dasar untuk menilai tren musik seperti lagu Mas Dho. Dari sudut pandang Islam, ini adalah fenomena di mana elemen konsumerisme mengubah pesan dakwah menjadi barang dagangan. Hal ini mengundang pertanyaan kritis tentang sejauh mana musik modern dapat mempertahankan prinsip moral dan spiritual yang diharapkan masyarakat Muslim².

Lebih jauh, Pratama dan Annisa³ membahas pergeseran paradigma dalam musik Islami di Indonesia. Tujuan awalnya sebagai media dakwah dan identitas kebudayaan telah berubah menjadi karya, yang semakin dipengaruhi oleh prinsip pasar. Hal ini sejalan dengan kritik dari sudut pandang Teori Kritis, yang menekankan bagaimana pesan moral yang terkandung dalam musik disembunyikan oleh logika yang diciptakan oleh kapitalisme dan konsumerisme. Oleh karena itu, untuk mengungkap mekanisme dan efek transformasi budaya musik dalam konteks konsumerisme, analisis tren lagu Mas Dho harus dilakukan secara holistik dengan menggabungkan perspektif Islam dan Teori Kritis Mazhab Frankfurt.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tren lagu-lagu Mas Dho sebagai representasi dari praktik konsumerisme budaya musik kontemporer. Penulis juga akan menelaah bagaimana lirik, popularitas, dan resepsi terhadap lagu-lagu tersebut merefleksikan persoalan ideologi, hegemoni, dan alienasi dalam konteks masyarakat digital. Sebagai penyeimbang, perspektif Islam tentang konsumsi budaya juga dihadirkan untuk menilai bagaimana Islam memosisikan budaya populer dan peran etisnya dalam membentuk kesadaran masyarakat.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang mengkaji fenomena sosial yang kemudian juga dikaitkan dengan analisis pada keagamaan. Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang meneliti terkait hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian ini masalah yang dikaji berupa fenomena sosial ataupun masalah yang dialami oleh seseorang.⁴ Penelitian ini berusaha untuk memahami dan menggali fenomena yang sedang terjadi dan dialami oleh beberapa orang. Selain itu, melalui penelitian kualitatif

² Latif, S. (2020). Nilai-nilai pendidikan islam dalam lirik-lirik lagu dangdut rhoma irama: suatu pendekatan hermeneutika-semiotika. *Medina-Te Jurnal Studi Islam*, 15(2), 215-246. <https://doi.org/10.19109/medinate.v15i2.4402>

³ Pratama, F. and Annisa, A. (2023). Sejarah perubahan genre dan tujuan bermusik religi di indonesia: sebuah tinjauan sejarah-budaya. *Tamaddun Jurnal Kebudayaan Dan Sastra Islam*, 23(1), 52-68. <https://doi.org/10.19109/tamaddun.v23i1.16903>

⁴ Iskandar, *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF: Aplikasi Untuk Penelitian Pendidikan, Hukum, Ekonomi & Manajemen, Sosial, Humaniora, Politik, Agama Dan Filsafat* (GP Press, 2009), p. 11.

ini juga membantu peneliti memahami bagaimana perasaan orang dan mengapa mereka merasakannya.

Jenis pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif, yang mana pendekatan deskriptif merupakan jenis penelitian yang berupaya untuk mendeskripsikan atau menggambarkan suatu fenomena secara akurat.⁵ Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer diambil dari hasil wawancara terstruktur dengan para informan yang menjadi penikmat atau pendengar lagu-lagu yang dinyayikan oleh Mas Dho. Selain itu, data primer juga berasal dari penelusuran dokumentasi foto resmi dari akun pribadi Mas Dho. Sedangkan sumber data sekunder yang digunakan berasal dari buku-buku, laporan hasil penelitian dan artikel jurnal yang membahas topik terkait.

Teori Kritis Mazhab Frankfurt

Teori kritis merupakan salah satu teori sosial yang mengarah pada mengkritisi dan mengubah masyarakat secara keseluruhan. Teori ini berbeda dengan teori tradisional yang hanya bertujuan untuk menjelaskan atau memahami suatu hal. Teori kritis mazhab Frankfurt merupakan teori yang lahir dari berbagai kritik terhadap pemikiran Karl Marx. Pemikiran teori kritis mazhab frankfurt dipengaruhi oleh filsafat idealisme Hegel, pemikiran filsafat Karl Marx, dan psiko analisis Freud. Teori ini dapat digolongkan sebagai aliran Neo Marxisme karena teori kritis Mazhab Frankfurt ini muncul sebagai koreksi terhadap aliran teori Marxis.⁶

Teori ini meninggalkan ajaran Marxisme. Pertama, meninggalkan teori nilai pekerjaan Karl Max yang merupakan konsep kunci dalam filsafat Marx yang berfokus pada relasi antara buruh dan produktifitas yang ada pada konteks kapitalisme, sedangkan menurut mazhab Frankfurt dalam masyarakat industri maju, nilai pekerja sudah tidak lagi menjadi tenaga produktif yang utama namun ilmu pengetahuan dan teknologi yang akan menjadi yang utama. Kedua, meninggalkan analisis kelas karena Mazhab Frankfurt beranggapan bahwa didalam masyarakat kapitalisme lanjut antara kelas masyarakat sudah saling menyatu. Artinya sudah tidak ada lagi penindasan antara kaum kapitalis dan proletar. Kaum kapitalis mereduksi pertentangan kelas agar kaum proletar tidak terlalu merasakan adanya ketimpangan atau pembatas antara kaum borjuis dan kaum proletar. Dalam hal ini kaum proletar (buruh) dijadikan kaum kelas menengah.⁷

Ketiga, meninggalkan anggapan bahwa kaum proletar merupakan subyek revolusi Marx. Namun Mazhab Frankfurt melalui dua tokoh generasi pertamanya, Adorno dan Horkheimer mengganti anggapan subjek revolusi Marx tersebut dari masyarakat proletar ke kaum intelektual. Keempat, meninggalkan kritik ekonomi kapitalis kemudian menggantinya dengan kritik terhadap rasio instrumental atau kritik yang lebih menyeluruh. Mazhab Frankfurt beranggapan bahwa rasio instrumental sudah menghasilkan budaya

⁵ Jonata, *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF* (PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI, 2022), p. 88.

⁶ Suci Fajarni, 'Teori Kritis Mazhab Frankfurt: Varian Pemikiran 3 (Tiga) Generasi Serta Kritik Terhadap Positivisme, Sosiologi, Dan Masyarakat Modern', *Substantia: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, 24.1 (2022), pp. 72-95.

⁷ Fajarni, 'Teori Kritis Mazhab Frankfurt'.

industri yang dapat menghalangi berkembangnya suatu individu yang independen dan mandiri.⁸

Dalam pembahasan teori kritis Mazhab Frankfurt terdapat dua generasi yakni generasi pertama dan generasi kedua. Salah satu dari tokoh generasi pertama adalah Theodor Ludwig Adorno. Ia dikenal sebagai mentor filsafat, psikolog, dan musikolog yang juga memiliki minat pada teori sosial, sosiologi, psikoanalisis, seni musik, dan media masa. Pada tahun 1930 Adorno memulai kontraknya dengan sejumlah ilmuwan Jerman yang tergabung dalam Mazhab Frankfurt. Mulai dari keterlibatannya itu Adorno dikenal sebagai dengan sebutan filsuf dan menjadikannya sebagai seorang tokoh yang kritis terhadap kehidupan sosial masyarakat. Hal ini pula yang menjadikannya dianggap sebagai tokoh yang ikut berperan dalam perkembangan Teori Kritis Mazhab Frankfurt.⁹

Salah satu dari sumbangan Adorno pada masyarakat modern adalah kritiknya pada masyarakat modern sebagai bentuk penindasan terhadap manusia yang dilakukan oleh kapitalisme, salah satunya pada industri musik yang didalamnya terjadi pergeseran nilai menuju konsumerisme.¹⁰ Menurut Adorno musik mengandung kontradiksi sosial tersendiri, dengan maksud musik bukan hanya sebagai sebuah produk budaya yang berdiri sendiri namun juga sebagai cerminan dari realitas sosial dari tempat diciptakannya dan dipertunjukkannya musik tersebut. Pada saat ini otonomi musik sedang terancam, musik cenderung terpengaruh oleh kekuatan pasar, massa. Sebagian musik mempunyai ciri sebagai komoditas yang menjadikannya bukan hanya sebagai karya seni atau bentuk ekspresi budaya, akan tetapi juga sebagai suatu produk yang dibuat, diproduksi, dan dijual dalam ekonomi pasar.¹¹

Budaya populer biasa juga disebut dengan budaya pop. Budaya populer dapat diartikan sebagai suatu budaya yang banyak disukai dan dinikmati masyarakat. Pada umumnya budaya ini memiliki ciri banyak disukai, jenis karya yang dihasilkan untuk menyenangkan orang. Budaya ini lahir atas pengaruh media yang sangat besar. Budaya populer juga muncul akibat adanya kapitalis yang menggunakan media dan adanya perilaku konsumsi masyarakat. Dengan semakin berkembangnya media maka budaya populer juga ikut semakin berkembang. Dengan media sosial seseorang dapat menentukan selera berdasarkan gaya hidupnya. Efek viral di media sosial yang tinggi memberikan dampak yang tinggi pula.¹²

Teori Kritis Mazhab Frankfurt Pada Tren Lagu Karya Mas Dho

Seperti yang diketahui bahwa seorang musisi bernama Mas Dho yang masih tergolong musisi baru, dibandingkan dengan Denny Caknan, dan Ndarboy Genk. Meski demikian karya-karya Mas Dho mampu mendongkrak popularitasnya, bahkan salah satu

⁸ Fajarni, 'Teori Kritis Mazhab Frankfurt'.

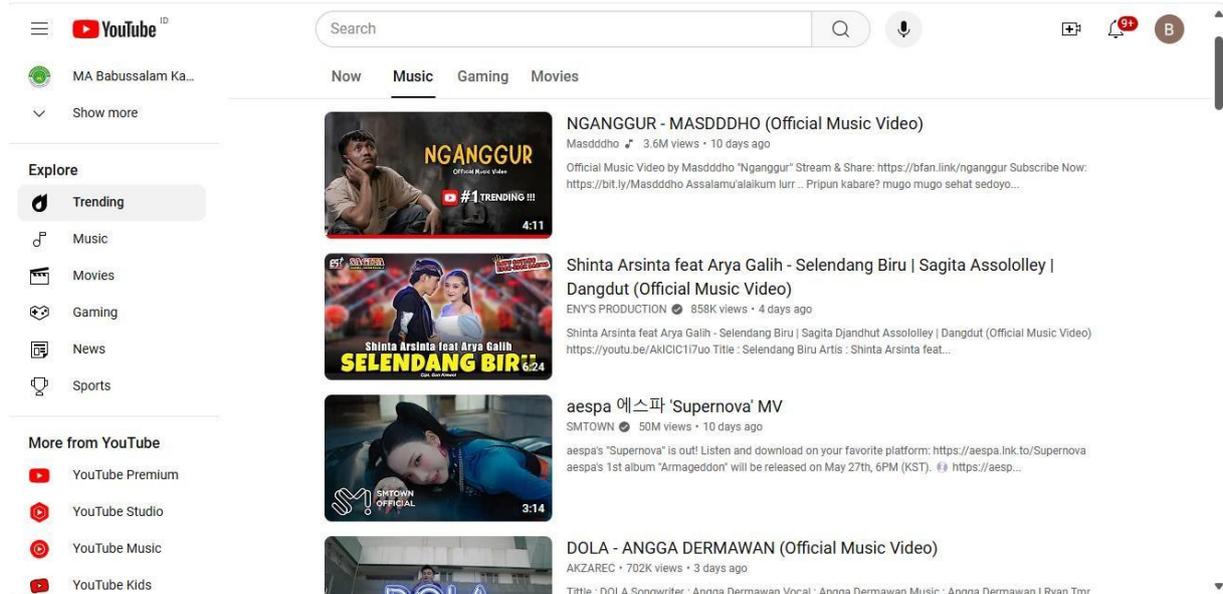
⁹ Zulkarnain Hamson, 'Teori Kritis Theodor Adorno', March 2020, doi:10.13140/RG.2.2.35127.27045.

¹⁰ Hamson, 'Teori Kritis Theodor Adorno'.

¹¹ Sunarto Sunarto, 'Negativitas Total: Kritik Adorno Terhadap Rasionalitas Dan Seni Masyarakat Modern', *Pelataran Seni*, 1.2 (2016), pp. 137-46.

¹² Arvian Messianik Putra As Shamad, 'Komodifikasi Budaya Populer Di Generasi Z (Studi Kasus Anak Muda Sidoarjo) Popular Culture Commodification On Z Generation (Case Study Sidoarjo's Young Generation)', *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 25.1 (2023).

lagunya yang berjudul “*Nganggur*” mampu menjadi trending 1 kategori musik di Youtube dengan jumlah penonton sebanyak 3,6 milyar dalam 10 hari. Melalui video klip yang diunggahnya di Youtube itu Mas Dho menyanyikan lagu karyanya yang ketujuh berjudul “*Nganggur*” yang memiliki makna menceritakan realitas pahit yang dialami oleh seorang pengangguran. Seorang remaja yang tengah mengalami kesulitan mencari kerja dan merasa kesepian. Dia juga belum berani melamar gadis pujaannya karena takut dipandang rendah oleh calon mertuanya. Dalam lagu ini juga berisi tentang harapan dan doa agar Tuhan memberikannya pasangan yang penyayang, dan dia berjanji untuk mencintai dan menjaga pasangannya seumur hidup.



Gambar 2. Profil Trending Topik Youtube

Melalui lagunya yang berjudul “*Nganggur*” ini Mas Dho mampu menarik banyak pecinta musik dan kaum milenial. Menurut para penggemar dan pendengarnya, mereka menyukai lagu ini karena lirik lagu tersebut dirasa bisa menggambarkan realitas yang sedang mereka hadapi saat ini. Alasan lain yakni, lagu ini dapat di kategorikan sebagai lagu yang menggambarkan keadaan kegalauan, dan kesedihan, namun lagu ini tetap dapat dinikmati, diperdengarkan dan dinyanyikan dalam situasi dan kondisi apapun. Para penikmat mengakui juga bahwa mereka mengkonsumsi lagu ini disaat tidak dalam kondisi sedih ataupun menderita. Dalam menyanyikan lagu-lagunya Mas Dho juga mempunyai karakter yang kharismatik dengan suara yang cenderung khas.

Industri budaya pada zaman ini semakin nampak, hal ini bisa dilihat dari budaya industri yang dapat menciptakan kondisi masyarakat modern yang bersifat semu, berkebebasan semu, dan dikontrol secara tidak sadar oleh masyarakat yang digerakkan oleh modal. Sehubungan dengan industri budaya ini, lagu-lagu karya Mas Dho berhasil diterima oleh masyarakat, setelah banyak dari masyarakat yang menerima ini maka kemudian lagu ini menjadi sebuah tren budaya industri. Ketika budaya industri ini telah berada didalam media, meliputi pemanfaatan pada media dan dapat berkembang pada

sektor–sektor lainnya yang juga ikut serta sebagai penunjang berlangsungnya budaya, hal inilah yang menjadikannya menjadi tren.

Tidak hanya melalui mendengarkan lagu–lagunya melalui media sosial tren ini bergerak, namun juga pada konser–konser yang diadakan baik secara gratis ataupun berbayar, serta penjualan *merchandise* dengan istilah kaos WGMET (*wongmumet*) khas Mas Dho yang demikian pula menjadikannya tren industri baru – baru ini. Dengan adanya hal ini maka muncullah suatu kesadaran palsu pada masyarakat seperti munculnya kata–kata “*tiwas ta gondeli tenanan jebul kisinin terulang lagi*” yang bermakna seseorang yang secara tulus mempertahankan hubungan ternyata dibalas dengan kekecewaan. Ia menggambarkan dirinya hanya sebagai badut dalam hubungan percintaannya yang hanya dijadikan sebagai pelampiasan dan lelucon oleh pasangannya. Hal ini menimbulkan adanya rasa kecewa dan malu yang kemudian dalam bahasa jawa disebut “*kisinin*”.

Tren industri yang terjadi melalui lagu ini juga termasuk pada munculnya produk yang di produksi dan dipublikasi pada media masa yang diserap oleh masyarakat sebagai suatu produk kebudayaan. Lagu karya Mas Dho yang ke tujuh berjudul “*Nganggur*” menjadi lagu trending 1 dalam kategori musik. Dengan banyaknya orang yang suka maka banyak pula para konten creator yang menggunakan lagu ini sebagai latar lagu (*background*) bagi konten mereka. Banyak juga editor yang membuat template dengan background, dari apa yang mereka buat bisa menghasilkan penghasilan.

Lagu–lagu karya Mas Dho ini kemudian mencari bentuk wujud cerminan diri dan ekspresi berupa kalimat singkat sebagai sindiran ataupun hanya sebatas lelucon ringan. Dengan semakin menyebarnya dan semakin seringnya masyarakat mendengarkan lagu tersebut, menggiring mereka untuk menerima, menonton, dan mengikuti tren dari lagu karya Mas Dho. Mereka akhirnya memiliki kebiasaan baru yakni mendengarkan musik tidak hanya sebagai hiburan semata, tetapi lebih dari itu, mendengarkan musik bisa meningkatkan semangat saat sedang melakukan suatu kegiatan. Mendengarkan lirik sebuah lagu juga menjadi validasi apa yang sedang dirasakan dan dialaminya saat ini. Hal inilah yang dikatakan sebagai bentuk kesadaran palsu yang dirasakan individu ataupun masyarakat.

Tren yang di jelaskan di atas terjadi pada informan yang di wawancarai (23/5), Aida Hanik menyatakan bahwa: “*Kalau konser Mas Dho sudah pernah lihat, selain itu juga sering menikmati lagu nya Mas Dho atau mendengarkannya dispotify dan youtube. Sering nya mendengarkan lagunya itu waktu masak, bebersih rumah dan aktivitas lainnya, karena bisa naikin mood*”, jelasnya. Dapat dilihat dari penjelasan informan tersebut mengisyaratkan bahwa dalam lagu–lagu Mas Dho, informan memiliki ketertarikan yang cukup tinggi dilihat dari informan yang pernah menghadiri konser Mas Dho dan sering mendengarkan lagu–lagu Mas Dho untuk mengiringi aktivitas kesehariaanya.

“Lagu–lagu nya relate sama real life anak muda selain itu lagu–lagu nya juga enak di dengar dan cepet di hafal. Orang Jawa pasti mengetahui betul makna dari lagu–lagu Mas Dho, saya sebagai pendengar setia lagu–lagu Mas Dho bisa merasakan makna lagu–lagu lewat mimik wajah Mas Dho saat bernyanyi”.

Informan juga menambahkan, alasannya menyukai lagu–lagu Mas Dho karena mewakili perasaan anak muda dan juga pembawaan lagu–lagu Mas Dho yang

menyenangkan. Sementara itu, adapun informan kedua, Huda mengatakan dalam keterangannya kepada penulis: *"Mulai suka dan mendengarkan lagu-lagu Mas Dho dari fyp Tik Tok dan Youtube dan dari Mas Dho cover lagu-lagu Jawa, Suka juga karena Mas Dho memiliki ciri khas yang tidak dimiliki penyanyi-penyanyi lain"* Jelasnya. Informan menjelaskan bahwa, ia menjelaskan mulai suka dengan lagu-lagu Mas Dho dari fyp Tik Tok dan Youtube.

Selain itu informan juga menjelaskan bahwa suka dengan suara khas yang dimiliki Mas Dho. Dalam hal ini menunjukkan bahwa di era industrialisasi ini memungkinkan mendapatkan informasi dengan cepat, lagu-lagu dari Mas Dho dapat diterima oleh semua kalangan dan didukung oleh kemajuan serta pemanfaatan teknologi yang semakin pesat sehingga membawa lagu-lagu Mas Dho sebagai wujud nyata dari budaya populer yang semakin berkembang.

Dapat dilihat jika masyarakat Indonesia memiliki kecenderungan untuk bersikap konsumerisme, pada akhirnya tindakan masyarakat dikontrol oleh budaya industri yang diminati dari wujud sebuah kesenangan dan ekspresi diri. Pada masyarakat postmodern masyarakat tidak bisa bebas dalam menciptakan suatu sistem namun justru dikontrol oleh sistem saat melakukan tindakan konsumsi. Kesenangan dan ekspresi hati menjadi wujud dari sebuah sikap yang dimanipulasi oleh prasangka yang disebut dengan kesadaran fiktif. Kesadaran ini digerakkan oleh modal (yang terlihat nyata, namun sesungguhnya semu) sehingga dalam satu kondisi tertentu manusia akan kehilangan jati diri dan identitasnya.

Dalam pencarian identitas, manusia dapat menemukan jati dirinya. Namun kenyataannya, mereka justru kehilangan jati dirinya. Hal ini disebabkan karena kebebasan mereka dibatasi dan diperalat oleh sistem di luar diri manusia. Kebebasan manusia yang dimanfaatkan untuk kepentingan industri, sehingga saat ini produsen industri media industry mendominasi ruang publik khususnya remaja generasi muda di Indonesia.

Jerat Simulakra Konsumerisme Budaya Industri Musik

Dalam konteks konsumerisme yang semakin meningkat, lagu-lagu Mas Dho yang populer mencerminkan tren budaya musik saat ini. Lagu-lagu seperti Mas Dho sekarang dianggap sebagai produk seni yang dapat dijual dan dikonsumsi secara massal dalam dunia yang terhubung melalui media sosial dan platform online. Teori konsumerisme Jean Baudrillard menawarkan perspektif yang relevan untuk memahami kejadian ini. Menurut Baudrillard, budaya populer, termasuk musik, telah berubah menjadi sistem tanda dan simbol yang mencerminkan keinginan yang dibuat dan dikendalikan oleh industri dan media besar¹³.

Gagasan Baudrillard mengenai "simulakra", yang berarti simulasi yang semakin jauh dari kenyataan aslinya¹⁴. Dalam situasi seperti ini, musik menjadi simulacrum, di mana kualitas artistik dan emosi yang terkandung dalam sebuah lagu sering kali diganti dengan konstruksi-komersial yang berfokus pada tren dan citra pasar. Meskipun elemen musik Mas Dho sederhana dan mudah dicerna, dapat dianggap sebagai salah satu produk yang

¹³ Baudrillard, J., & Glaser, S. F. (1994). *Simulakra and simulation*(Vol. 312). Ann Arbor: University of Michigan press.

¹⁴ Baudrillard, J. (1983). *The precession of simulakra*. New York, 1-80.

dimaksudkan untuk memenuhi selera pasar konsumen yang diinginkan. Musik sekarang berfungsi sebagai produk budaya yang diproduksi secara massal untuk memenuhi permintaan yang telah diprogram oleh industri musik dan bukannya sebagai media ekspresi individu.

Fenomena ini menunjukkan bahwa lagu Mas Dho mencerminkan preferensi artistik sang pencipta dan daya tariknya sebagai produk yang dapat diakses oleh audiens yang lebih besar. Baudrillard menganggapnya sebagai konsumerisme yang sekarang didorong oleh keinginan yang dibentuk oleh iklan, promosi, dan pembentukan citra sosial daripada hasrat intrinsik atau kebutuhan dasar. Mas Dho adalah contoh bagaimana musik dikemas untuk memenuhi kebutuhan pasar yang lebih besar daripada hanya memberikan kepuasan intelektual atau emosional.

Baudrillard juga membahas konsep "hyperreality", yang merupakan kondisi di mana batas antara realitas dan representasi menjadi tidak jelas. Bagaimana musik menjadi lebih dari sekadar bunyi atau lirik di dunia konsumerisme menunjukkan hal ini. Musik seperti Mas Dho lebih dari sekadar lagu; itu adalah representasi dari identitas yang pendengarnya dapat gunakan dan konsumsi. Lagu ini tidak hanya mengungkapkan perasaan tetapi juga menyampaikan citra diri konsumen. Ini meningkatkan kebutuhan konsumen untuk mengidentifikasi diri dengan simbol budaya populer yang tersedia¹⁵.

Sangat penting untuk diingat bahwa musik yang dibuat untuk kepentingan komersial seringkali mengabaikan makna yang mungkin terkandung dalam karya seni. Sebagai komoditas, lagu Mas Dho membantu konsumsi budaya, yang mencakup menikmati musik dan mengidentifikasi dengan tren atau kelompok sosial tertentu. Konsumen tidak hanya membeli musik, mereka juga membeli identitas dan gaya hidup yang terkait dengan musik tersebut. Ini menunjukkan fenomena Baudrillard tentang bagaimana budaya populer telah menjadi komoditas, dengan gaya hidup yang dapat dipromosikan dan dikonsumsi menjadi komoditas utama¹⁶.

Melalui lirik yang mudah diingat dan alunan musik yang menyentuh, Mas Dho menjadi simbol yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan emosional dan sosial pendengarnya, yang seringkali tidak menyadari bahwa kebutuhan ini sebenarnya telah diprogram oleh sistem kapitalisme. Menurut Baudrillard, penggunaan lagu ini menciptakan lingkaran di mana pelanggan dikuasai oleh hasrat untuk selalu mengikuti mode, tanpa menyadari bahwa hasrat ini sebenarnya merupakan hasil rekayasa pasar. Ini menghasilkan apa yang disebut Baudrillard sebagai "penciptaan kebutuhan", di mana pelanggan merasa terhubung dengan sesuatu yang lebih besar dari mereka sendiri, meskipun sebenarnya ini adalah produk dari konstruksi budaya.

Lagu Mas Dho selaras dengan fenomena media massa sebagai penggerak keinginan dalam masyarakat yang semakin terdigitalisasi. Lagu ini didistribusikan dengan cepat oleh media sosial dan platform musik seperti YouTube dan Spotify bahkan di laman TikTok, yang menciptakan fenomena viral yang semakin memperkuat posisinya sebagai produk yang

¹⁵ Sugihartati, R. (2017). *Budaya populer dan subkultur anak muda: Antara resistensi dan hegemoni kapitalisme di era digital*. Airlangga University Press.

¹⁶ Kamaruddin, S. A., Adam, A., & Chakti, A. G. R. (2024). Komodifikasi Media Sosial Dalam Perspektif Teori Jean Baudrillard: Studi Kasus Tiktok Indonesia. *Bosowa Journal of Education*, 5(1), 177-180.

dicari konsumen. Proses ini mengaburkan nilai asli dari musik kepada pendengar sehingga mereka lebih fokus pada status sosial yang diperoleh dari mendengarkan lagu yang sedang populer.

Pemahaman tentang bagaimana musik telah berkembang menjadi semacam ritual sosial yang berorientasi pada status merupakan bagian penting, lagu Mas Dho ini menunjukkan bagaimana konsumerisme memengaruhi keputusan seseorang untuk memilih dan mengonsumsi budaya populer yang memberikan pengakuan sosial. Lagu ini bukan sekadar hiburan namun, sebagai alat untuk menunjukkan identitas mereka dan kelompok sosial yang mereka tampilkan. Sebagaimana Musik, yang seharusnya menjadi ekspresi artistik, sekarang menjadi komoditas yang dibuat dan dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan kapitalisme. Lagu ini tidak hanya mencerminkan tren budaya tetapi juga memperkuat sistem sosial dan ekonomi yang mendominasi kehidupan kita.

Islam, Budaya Konsumsi, dan Musik: Tren Lagu *Mas Dho*

Selama bertahun-tahun, musik, salah satu jenis seni yang universal, telah menjadi komponen penting dari kebudayaan manusia. Musik di Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan pesan sosial dan kultural¹⁷. Namun, musik seringkali terjebak dalam arus budaya konsumsi modern, yang mengubahnya menjadi komoditas yang harus dijual dan dikonsumsi secara massal. Tren musik Mas Dho mencerminkan fenomena ini, di mana musik tidak lagi sekadar ekspresi seni tetapi juga produk yang dipengaruhi oleh budaya konsumerisme yang berkembang pesat di masyarakat modern.

Menurut para ulama, musik memiliki posisi yang berbeda dalam Islam. Ulama berpendapat bahwa musik dapat mengganggu ketenangan dan memiliki efek negatif, terutama jika liriknya menyimpang dari ajaran agama. Sebagai contoh, al-Qur'an dan hadits tidak melarang musik secara eksplisit, tetapi mereka memberikan peringatan tentang hal-hal yang dapat menyesatkan orang. Musik dianggap legal jika tidak bertentangan dengan nilai-nilai moral dan spiritual Islam, seperti mempertahankan akhlak atau mempengaruhi perilaku buruk. Dalam situasi seperti ini, lagu Mas Dho harus dianalisis untuk menentukan apakah pesan yang disampaikan sesuai dengan etika Islam.

Sebaliknya, Islam menekankan pentingnya menjaga kebersihan pikiran dan hati, yang dapat dipengaruhi oleh media yang kita lihat. Musik didalam ajaran Islam dapat diterima jika mengandung pesan positif dan tidak merusak akhlak. Namun, musik yang berpotensi mendorong kemaksiatan, kekerasan, atau perilaku negatif lainnya dilarang karena bertentangan dengan ajaran agama Islam. Lirik yang terdapat di lagu- lagu yang dibawakan Mas Dho yang mengandung kritik sosial atau percakapan emosional dijadikan sebagai sarana perenungan keadaan sosial. Namun, lirik lagu- lagu tersebut masih perlu ditelaah lebih lanjut untuk mengetahui apakah lirik dan pesan yang terkandung di dalamnya sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Selain dari sudut pandang Islam, musik juga memiliki hubungan yang kuat dengan budaya konsumsi modern. Bahwa produk budaya, seperti musik, dihargai bukan hanya

¹⁷ Fariyah, I. (2013). Media dakwah pop. *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(2), 25-45.

sebagai karya seni tetapi juga sebagai barang yang harus dijual dan dikonsumsi secara massal. Pada masyarakat kapitalis, produksi musik terutama dilakukan untuk menghasilkan uang, yang berdampak pada cara orang mendengarkan musik tersebut. Lagu Mas Dho adalah contoh fenomena ini, di mana popularitas lagu didorong oleh algoritma media sosial dan promosi massal, yang mengubah musik menjadi barang yang dikonsumsi secara terus menerus. Semakin banyak orang yang berfokus pada nilai komersial dalam membeli musik, membuatnya semakin jauh dari fungsinya sebagai ekspresi artistik. Musik kemudian menjadi barang yang diperjual belikan untuk memenuhi kebutuhan hiburan cepat mereka. Lagu Mas Dho yang cepat menjadi populer di kalangan pendengar dapat dianggap sebagai bagian dari fenomena ini, di mana trend dan citra yang diciptakan melalui platform streaming dan media sosial mendorong konsumsi musik. Dalam budaya konsumerisme, pendengar tidak hanya mengonsumsi musik, tetapi juga citra yang ditawarkan oleh musik tersebut.

Agama Islam menekankan pentingnya mempertahankan niat dan tujuan dalam setiap tindakan yang dilakukan. Dalam kasus ini, menikmati musik atau lirik lagu bukan satu-satunya alasan mengapa orang mengonsumsi musik. Dalam Islam, dampak yang diakibatkan oleh mendengarkan musik atau lirik lagu pada kehidupan manusia juga harus dipertimbangkan. Seperti halnya segala sesuatu yang dikonsumsi, musik harus bermanfaat dan tidak merusak moral. Oleh karena itu, jika lagu Mas Dho memiliki pesan moral yang positif dan menumbuhkan karakter positif, maka menderkannya diperbolehkan dari perspektif Islam. Namun, jika pesan yang ada dalam lirik lagu tersebut mendorong perilaku yang bertentangan dengan ajaran Islam, maka mendengarkannya bisa diharamkan.

Bagaimana musik digunakan untuk membentuk identitas sosial juga dikaitkan dengan konsumerisme musik. Lagu Mas Dho, seperti banyak lagu populer lainnya, dikonsumsi selain sebagai hiburan juga untuk menunjukkan status sosial dan afiliasi dengan kelompok tertentu. Dalam hal ini, musik berfungsi sebagai alat untuk menunjukkan identitas seseorang dalam konteks sosial yang lebih luas. Simbol-simbol budaya ini, termasuk musik, berfungsi untuk menciptakan identitas sosial berdasarkan apa yang diinginkan pasar dan tren.

Islam mengajarkan bahwa kualitas spiritual dan moral seseorang harus menentukan identitas mereka daripada hal-hal duniawi seperti status sosial atau tren. Dalam situasi seperti ini, musik mungkin dianggap sebagai cara untuk memperkaya diri secara emosional. Namun, melakukannya harus sesuai dengan ajaran Islam, yang menekankan keseimbangan antara dunia dan akhirat. Musik dapat membentuk identitas, seperti yang ditunjukkan oleh lagu Mas Dho yang menjadi viral di kalangan remaja. Namun, perlu diperhatikan apakah itu berdampak positif atau malah menyebabkan konsumsi yang dangkal.

Lagu Mas Dho menunjukkan hubungan antara budaya konsumsi dan perspektif Islam tentang musik. Meskipun agama Islam memberikan izin untuk menikmati musik yang tidak bertentangan dengan moral, etika dan ajaran agama. Namun, budaya konsumsi yang mengutamakan produk budaya sebagai komoditas seringkali mengurangi makna dan pesan yang terkandung dalam lirik sebuah lagu. Oleh karena itu, penting bagi pendengar untuk menjadi lebih kritis saat menikmati musik, memahami konteks sosial dan budaya yang ada,

dan memastikan bahwa penggunaan musik tersebut tidak bertentangan dengan nilai-nilai agama yang diyakini.

Penutup

Penelitian ini menegaskan bahwa popularitas lagu-lagu Mas Dho, terutama dalam fenomena digital, mencerminkan praktik budaya industri yang dikritisi oleh Teori Kritis Mazhab Frankfurt. Musik, yang seharusnya menjadi ekspresi otentik, telah bergeser menjadi produk komodifikasi untuk memenuhi kebutuhan pasar yang dibentuk oleh kapitalisme. Dalam konteks ini, masyarakat, terutama generasi muda, terjebak dalam pola konsumsi budaya yang didorong oleh kebutuhan semu, sehingga membentuk kesadaran palsu. Dalam perspektif Islam, konsumsi budaya populer seperti musik perlu mempertimbangkan nilai-nilai moral, spiritual, dan kesederhanaan. Fenomena ini menunjukkan adanya tantangan besar bagi masyarakat Muslim dalam menjaga prinsip etis di tengah arus budaya konsumsi yang massif. Oleh karena itu, penelitian ini mengajak untuk membangun kesadaran kritis dalam menikmati budaya populer, dengan tetap mengedepankan keseimbangan antara hiburan, etika, dan nilai-nilai keagamaan. Analisis terhadap tren lagu Mas Dho memperkaya pemahaman tentang bagaimana budaya industri bekerja di era digital, serta mengingatkan kita pentingnya memelihara identitas, nilai, dan spiritualitas di tengah derasnya arus globalisasi budaya.

Daftar Pustaka

- Arvian Messianik Putra As Shamad, 'Komodifikasi Budaya Populer Di Generasi Z (Studi Kasus Anak Muda Sidoarjo) Popular Culture Commodification On Z Generation (Case Study Sidoarjo's Young Generation)', *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 25.1 (2023).
- Baudrillard, J. (1983). *The precession of simulacra*. *New York*, 1-80.
- Baudrillard, J., & Glaser, S. F. (1994). *Simulacra and simulation*(Vol. 312). Ann Arbor: University of Michigan press.
- Farihah, I. (2013). Media dakwah pop. *AT-TABSIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(2), 25-45.
- Iskandar, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aplikasi Untuk Penelitian Pendidikan, Hukum, Ekonomi & Manajemen, Sosial, Humaniora, Politik, Agama Dan Filsafat* (GP Press, 2009), p. 11.
- Jonata, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Pt. Global Eksekutif Teknologi, 2022), p. 88.
- Kamaruddin, S. A., Adam, A., & Chakti, A. G. R. (2024). Komodifikasi Media Sosial Dalam Perspektif Teori Jean Baudrillard: Studi Kasus Tiktok Indonesia. *Bosowa Journal of Education*, 5(1), 177-180.
- Latif, S. (2020). Nilai-nilai pendidikan islam dalam lirik-lirik lagu dangdut rhoma irama : suatu pendekatan hermeneutika-semiotika. *Medina-Te Jurnal Studi Islam*, 15(2), 215-246. <https://doi.org/10.19109/medinate.v15i2.4402>

- Prakoso, B. (2020). Tren budaya industri pada lagu didi kempot: perspektif teori kritis. *Orasi Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(1), 15. <https://doi.org/10.24235/orasi.v11i1.6281>
- Pratama, F. and Annisa, A. (2023). Sejarah perubahan genre dan tujuan bermusik religi di indonesia: sebuah tinjauan sejarah-budaya. *Tamaddun Jurnal Kebudayaan Dan Sastra Islam*, 23(1), 52-68. <https://doi.org/10.19109/tamaddun.v23i1.16903>
- Suci Fajarni, 'Teori Kritis Mazhab Frankfurt: Varian Pemikiran 3 (Tiga) Generasi Serta Kritik Terhadap Positivisme, Sosiologi, Dan Masyarakat Modern', *Substantia: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, 24.1 (2022), pp. 72–95.
- Sugihartati, R. (2017). *Budaya Populer dan Subkultur Anak Muda: Antara Resistensi dan Hegemoni Kapitalisme di Era Digital*. Airlangga University Press.
- Sunarto Sunarto, 'Negativitas Total: Kritik Adorno Terhadap Rasionalitas Dan Seni Masyarakat Modern', *Pelataran Seni*, 1.2 (2016), pp. 137–46.
- Zulkarnain Hamson, 'Teori Kritis Theodor Adorno', March 2020, doi:10.13140/RG.2.2.35127.27045.