

Budaya Populer melalui Algoritma TikTok: Studi Tren "Kicau Mania" dari Indonesia ke Ranah Global

Pijar Syiffa Aditama¹, Muhammad Surya Santoso², Ihsan Fadillah Putra³, Regiana Revilia⁴,
Rahayu Lestari⁵, Roby Rakhmadi⁶

^{1,2,3,4,5,6} Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung,
Indonesia

Email: ¹2316071001@students.unila.ac.id, ²2356071005@students.unila.ac.id
³2356071014@students.unila.ac.id

Abstrak

Fenomena budaya populer digital di era kontemporer menunjukkan bagaimana TikTok berperan sebagai medium strategis dalam mempercepat difusi budaya lintas negara. Penelitian ini menganalisis tren Kicau Mania sebagai fenomena budaya lokal Indonesia yang memperoleh eksposur global melalui algoritma TikTok dan partisipasi aktif pengguna. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus terhadap tujuh video TikTok dari berbagai negara serta interaksi audiens berupa tayangan, komentar, dan tanda suka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kicau Mania, berakar dari lagu dangdut modern berbahasa Jawa menjadi tren budaya populer digital yang diadaptasi oleh pengguna di berbagai negara. Proses difusi berlangsung melalui reproduksi konten secara masif, kreativitas pengguna, dan dukungan algoritma *For Your Page* (FYP) yang memperluas jangkauan distribusi konten. Temuan menunjukkan bahwa algoritma TikTok berperan dalam mempercepat viralitas, sementara pengguna TikTok bertindak sebagai aktor non-negara yang mereproduksi dan menyebarkan budaya populer digital lintas batas. Dengan menggunakan perspektif difusi budaya yang merujuk pada pemikiran Everett M. Rogers, penelitian ini memperlihatkan bahwa penyebaran budaya berlangsung melalui saluran komunikasi digital yang intensif dan memungkinkan terjadinya adaptasi budaya dalam pelbagai konteks lokal. Media sosial, dalam hal ini TikTok, sekaligus berfungsi sebagai sarana diplomasi budaya digital yang membuka peluang bagi budaya lokal Indonesia untuk memperoleh pengakuan internasional.

Kata kunci: TikTok, difusi budaya, budaya populer digital, algoritma TikTok, Kicau Mania

Abstract

The phenomenon of digital popular culture in the contemporary era demonstrates how TikTok has emerged as a strategic platform for accelerating cross-border cultural diffusion. This study examines the Kicau Mania trend as a local Indonesian cultural phenomenon that has gained global exposure through TikTok's algorithmic system and active user participation. Employing a qualitative approach with a case study design, this research analyzes seven TikTok videos from different countries, along with audience engagement indicators such as views, comments, and likes.

The findings reveal that Kicau Mania, originating from a modern Javanese-language dangdut song, has evolved into a digital popular culture trend that has been adapted and reproduced by users across various countries. The diffusion process is driven by large-scale content replication, user creativity, and TikTok's For You Page (FYP) algorithm, which significantly expands content distribution. The study further indicates that while TikTok's algorithm plays a crucial role in accelerating virality, users function as non-state actors who actively reproduce and disseminate digital popular culture beyond national boundaries.

Drawing on Everett M. Rogers' Diffusion of Innovations theory, this research demonstrates that cultural diffusion occurs through intensive digital communication channels, enabling cultural adaptation across diverse local contexts. The study highlights the growing significance of social media, particularly TikTok, not only as a medium for cultural dissemination but also as an instrument of digital cultural diplomacy that creates opportunities for local Indonesian culture to gain international recognition.

Keywords: TikTok, cultural diffusion, digital popular culture, TikTok algorithms, Kicau Mania

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat dalam beberapa dekade terakhir telah mengubah cara budaya populer diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi secara global. Di era kontemporer ini, media sosial bukan hanya sekadar berperan sebagai sarana komunikasi semata, namun media sosial menjadi perantara utama dalam distribusi dan reproduksi budaya populer lintas negara. Media sosial kini berkembang menjadi sarana utama komunikasi dalam ruang digital.

Pada era kontemporer ini, TikTok menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer dan banyak digunakan oleh masyarakat di berbagai negara. TikTok tidak hanya digemari oleh masyarakat Indonesia, tetapi juga oleh masyarakat di berbagai negara di dunia. Berdasarkan data yang dikutip dari dataloka.id, Indonesia saat ini menempati posisi pertama di dunia sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak per April 2026 (Nouvan, 2026). Kondisi tersebut menunjukkan besarnya potensi Indonesia sebagai produsen konten digital yang mampu menciptakan audiens lintas negara.



Gambar 1. Daftar Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia. Indonesia menempati posisi pertama pengguna TikTok terbanyak di dunia per April 2026 (Maheswara, 2026)

TikTok merupakan platform media sosial yang menyediakan para pengguna untuk membuat, mengedit, serta membagikan berupa video diiringi dengan pengiring musik (Setyowati & Arsal, 2023). Aplikasi TikTok dianggap sangat tren bagi masyarakat sebagai media sosial yang mampu mencapai mekanisme *For Your Page* dengan membagikan video hingga melampaui batas geografis dalam waktu singkat (Saputra, 2026).

Dalam konteks tersebut, muncul fenomena yang viral asal dari Indonesia yakni “Kicau Mania” yang berakar dari konteks lokal Indonesia. Awalnya, Kicau Mania merupakan lagu yang disajikan nuansa lagu koplo modern yang dipopulerkan oleh sekelompok musisi terkenal ialah Ndarboy Genk, Banditoz Yaow 86, dan Boycard. Istilah “Kicau Mania” merujuk kepada individu atau kelompok yang memiliki komunitas pecinta burung yang cukup berkembang di berbagai daerah di Indonesia, khususnya di Pulau Jawa yang memiliki hobi dalam menekuni burung hingga mengikuti kompetisi perlombaan burung (Nugroho, 2026).

Popularitas lagu Kicau Mania meningkat secara signifikan setelah digunakan secara luas dalam berbagai konten TikTok dan berkembang menjadi salah satu tren populer pada platform tersebut. Kini, Kicau Mania menjadi lagu populer utama di platform TikTok. Lagu Kicau Mania di tahun 2026 yang dijadikan gerakan tarian atau joget “Kicau Mania oleh kalangan anak-anak, remaja hingga dewasa sebagai pengiring musik pengiring utama. Gerakan utama dalam tarian tersebut ditandai dengan satu tangan yang menutup hidung, sedangkan tangan lainnya menirukan gerakan kepakan sayap burung (Aditama, 2026). Dengan demikian, konten Kicau Mania menjadi konsumsi para pengguna TikTok secara luas, bahkan menjangkau audiens banyak secara global. Dengan demikian, fenomena tersebut mengindikasikan bahwa budaya lokal tidak lagi terbatas pada ruang geografis tertentu, melainkan direproduksi dan dimaknai ulang dalam ekosistem media digital global, terutama pada platform TikTok.

Sehubungan dengan hal tersebut, fenomena ini dikatakan adanya proses difusi budaya dalam era digital di mana elemen budaya berpindah dan beradaptasi dari satu konteks yang berkembang di TikTok (Shilfa dkk., 2025). Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara budaya populer menyebar secara global. Sejumlah penelitian menegaskan bahwa media sosial, khususnya TikTok adalah platform yang dianggap menjadi medium utama dalam mempercepat difusi budaya. Penelitian yang dilakukan oleh (Shilfa dkk., 2025) menunjukkan bahwa algoritma TikTok berperan dalam memperluas penyebaran budaya populer hingga tingkat global. Namun, proses tersebut juga berpotensi mendorong homogenisasi budaya yang dapat mengurangi keberagaman ekspresi budaya lokal (Shilfa dkk., 2025). Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh (Manesah, 2025) bahwa eksistensi TikTok di kawasan Asia Tenggara dapat berperan sebagai instrumen utama bagi kalangan remaja hingga dewasa di mana potensi terhadap pelestarian budaya lokal sangat kuat dan menjadi ruang untuk saling bertukar budaya secara lintas batas negara (Manesah, 2025).

Meskipun sejumlah penelitian telah membahas peran TikTok dalam penyebaran budaya populer dan pelestarian budaya lokal, kajian mengenai bagaimana budaya lokal Indonesia bertransformasi menjadi budaya populer digital transnasional melalui mekanisme algoritmik platform masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis tren Kicau Mania sebagai fenomena budaya lokal Indonesia yang berhasil memperoleh eksposur global melalui TikTok. Dengan demikian, penelitian ini mengisi kesenjangan literatur dengan menekankan bagaimana budaya lokal dapat bertransformasi menjadi budaya populer digital transnasional, sekaligus memperlihatkan peran pengguna sebagai aktor non-negara dalam proses difusi budaya global. Penelitian ini menggunakan perspektif difusi budaya yang dikemukakan oleh Everett M. Rogers. Menurut Everett M. Rogers mengungkapkan bahwa proses difusi terjadi akibat komunikasi yang cukup intens melalui saluran-saluran komunikasi tertentu secara cepat (Rogers, 2003).

Pada penelitian ini berupaya memahami mekanisme penyebaran konten, peran algoritma, dalam mempercepat viralitas, serta bagaimana budaya lokal dapat mengalami transformasi ketika ruang memasuki ruang budaya populer global. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperluas kajian hubungan internasional, khususnya terkait peran media digital sebagai aktor non-negara dalam proses lintas negara, serta dinamika interaksi antara budaya lokal dan global dalam era digital.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik penelitian kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis fenomena tren Kicau Mania di platform TikTok. Objek penelitian ini adalah Kicau Mania pada platform TikTok. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana budaya lokal Indonesia dapat mengalami difusi dan transformasi menjadi budaya populer digital berskala global. Mengingat Kicau Mania merupakan tren yang relatif baru sehingga jumlah konten lintas negara yang memenuhi kriteria penelitian masih terbatas.

Unit analisis penelitian mencakup tujuh video TikTok yang diunggah oleh pengguna dari sejumlah negara yakni Korea Selatan, Tailan, Malaysia, Jepang, Amerika Serikat, Mesir, dan Prancis pada periode April–Juni 2026. Video dipilih karena relevan dengan tren tarian Kicau Mania dan menunjukkan keterlibatan audiens lintas negara. Mengingat penelitian ini bersifat studi kasus eksploratif, jumlah video tetap dianggap representatif untuk menggambarkan proses difusi budaya digital. Selanjutnya, video dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan tiga kriteria, yaitu menggunakan lagu Kicau Mania, menampilkan partisipasi pengguna tren tarian, dan berasal dari negara yang berbeda untuk menggambarkan penyebaran budaya pada lintas negara (Patton, 2015). Namun, penelitian lanjutan dengan cakupan lebih luas diperlukan untuk memperkuat generalisasi temuan.

Data jumlah tayangan (*views*), tanda suka (*likes*) dan komentar (*comments*) pada masing-masing video dicatat berdasarkan kondisi yang ditampilkan pada platform TikTok saat proses pengumpulan data penelitian dilakukan pada April–Juni 2026.

Analisis dilakukan menggunakan teknik analisis isi dengan menelaah pola penyebaran konten, bentuk partisipasi pengguna, serta peran algoritma TikTok dalam mempercepat distribusi budaya populer lintas negara (Krippendorff, 2018).

Berdasarkan pengertiannya, metode kualitatif digunakan untuk memahami fenomena sosial berdasarkan partisipasi dan konteks yang alami (Creswell, 2014). Sementara itu, pada metode studi kasus digunakan untuk mengkaji bagaimana fenomena di era kontemporer dapat berjalan secara cepat di ruang digital dalam konteks nyata (Yin, 2018). Selanjutnya, data dianalisis menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*) sebagaimana dijelaskan oleh Klaus Krippendorff, dengan menelaah pola penyebaran konten, bentuk partisipasi pengguna, serta proses reproduksi budaya populer digital dalam platform TikTok. Analisis dilakukan untuk memahami bagaimana algoritma TikTok dan interaksi pengguna berperan dalam mempercepat proses difusi budaya populer dari konteks lokal Indonesia menuju ranah global (Krippendorff, 2018).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

TikTok merupakan salah satu platform video pendek yang dikembangkan oleh perusahaan ByteDance di Tiongkok pada tahun 2016. Sebelum dikenal secara global sebagai TikTok, aplikasi ini pertama kali didirikan dan diluncurkan dengan nama Douyin untuk pasar domestik Tiongkok. (Malimbe dkk., 2021).

Fenomena “Kicau Mania” menjadi bagian dari perkembangan *pop culture* atau budaya populer yang telah bersifat transnasional di ruang digital yang tumbuh melalui media sosial TikTok. Menurut John Storey, *pop culture* atau budaya populer dapat dipahami sebagai produk budaya yang dihasilkan oleh media digital dan dikonsumsi oleh khalayak banyak (Storey, 2024). Platform TikTok terdapat karakteristik yang berbasis video pendek dengan kombinasi audio, koreografi sederhana, dan visual yang menarik sehingga memudahkan pengguna untuk mengadaptasi serta mereproduksi konten secara luas (Schellewald, 2023). Karakteristik tersebut menjadikan konten lebih efektif dalam menarik perhatian pengguna tanpa memerhatikan jarak batas. Sekaligus mendorong tingginya keterlibatan audiens melalui berbagai bentuk interaksi digital, yakni komentar, pemberian tanda suka, dan penyebaran ulang konten oleh pengguna lain (Amir Hamzah dkk., 2025).

Meskipun menggunakan lirik berbahasa Jawa, lagu Kicau Mania berhasil menjangkau audiens transnasional melalui media digital. Fenomena tarian atau joget “Kicau Mania” bahkan telah meluas hingga ranah internasional dan diikuti oleh masyarakat dari berbagai negara di dunia. Selanjutnya, berdasarkan pengamatan terhadap penyebaran konten di TikTok, tren Kicau Mania juga telah diterima dan berkembang di sejumlah negara.

Perlu dipahami bahwa TikTok dapat dimaknai sebagai sebuah platform digital yang menjadi pusat penyebaran berbagai tren populer, di mana para pengguna terdorong untuk mengikuti daya tarik konten yang sedang berkembang, termasuk penggunaan musik bernuansa dangdut modern sebagai bagian dari fenomena budaya digital kontemporer (Kiram, 2023). Keunikan lagu tersebut memberikan peluang besar untuk menyebar secara lintas negara, terutama karena pengguna TikTok cenderung mengikuti tren yang sedang populer dan viral pada platform tersebut. Mengingat masyarakat global cenderung mengikuti tren populer yang sedang berkembang dan viral di platform TikTok (Haura dkk., 2024).

Berdasarkan hasil penelusuran terhadap konten digital di platform TikTok, tren “Kicau Mania” ditemukan dan digunakan oleh sejumlah pengguna dari berbagai negara, yakni Korea Selatan, Tailan, Malaysia, dan Jepang (Suherman, 2026; Winarno, 2026). Fenomena Kicau Mania tidak hanya berkembang di kawasan Asia, tetapi juga telah diikuti di negara-negara Barat dan Timur Tengah, termasuk Amerika Serikat, Mesir, dan Prancis. Temuan tersebut menunjukkan bahwa budaya populer lokal Indonesia memiliki kemampuan menjangkau audiens transnasional melalui media digital yaitu platform TikTok.

Berdasarkan tingkat keterlibatan audiens, video Kicau Mania menunjukkan respons yang relatif tinggi di berbagai negara. Tingginya jumlah tayangan dan interaksi mengindikasikan bahwa tren tersebut berhasil menarik perhatian pengguna lintas budaya sehingga berpotensi memperoleh distribusi yang lebih luas melalui mekanisme algoritma TikTok.

Tabel 1 tersebut menyajikan negara-negara yang terindikasi mengadopsi tren budaya Joget Kicau Mania, meskipun belum dapat dipastikan adanya negara yang masuk dalam kategori paling populer.



Gambar 2. Tren tarian “Kicau Mania” asal Indonesia dilakukan anak sekolah di Jepang (@ginjiro_koyama, 2026)

Tabel 1. Daftar negara konten/akun dari berbagai negara yang menampilkan tren Kicau Mania pada platform TikTok

No Negara	Akun TikTok	Tanggal Unggahan	Tautan Video TikTok
1 Korea Selatan	@txt.bighitent	2 Juni 2026	https://vt.tiktok.com/ZSQNgNj8D/
2 Tailan	@official.papion	27 April 2026	https://vt.tiktok.com/ZSxnrXapF/
3 Malaysia	@izubiela	29 Mei 2026	https://vt.tiktok.com/ZSQNgCSqX/
4 Jepang	@ginjiro_koyama	23 Mei 2026	https://vt.tiktok.com/ZSxnhWfVJ/
5 Amerika Serikat	@officialnickkosir	22 Mei 2026	https://vt.tiktok.com/ZSxnfefq52/
6 Mesir	@sergiosyamil	30 April 2026	https://vt.tiktok.com/ZSxnmV5n/
7 Prancis	@tskoo.0	17 Mei 2026	https://vt.tiktok.com/ZSQ8Q4au7/

Sebelumnya yang telah dijelaskan, lagu ini bernuansa dangdut modern dan ber lirik bahasa Jawa yang ditujukan pada sekelompok gemar memelihara burung (Nugroho, 2026). Lagu Kicau Mania memperoleh popularitas yang luas setelah menjadi viral, yang ditunjukkan oleh pencapaian 28 juta tayangan pada kanal musik resmi YouTube pada 22 Januari 2026 lalu (Genk dkk., 2026).

Selain itu, peneliti mengamati bahwa lagu-lagu baru, yakni Kicau Mania ini, mengalami penyebaran yang luas melalui TikTok. Karakteristik TikTok sebagai platform yang didominasi oleh kalangan muda dan berorientasi pada kreativitas pengguna mendorong terciptanya berbagai tren tarian atau joget yang menggunakan lagu Kicau Mania sebagai latar musik. Alih-alih hanya digunakan sebagai latar musik, lagu Kicau Mania di TikTok justru memunculkan tren tarian atau joget baru yang banyak ditiru oleh pengguna TikTok.

Tabel 2. Data Keterlibatan Audiens (Tayangan, Suka, dan Komentar) pada Video TikTok

No	Negara	Tayangan	Suka	Komentar
1	Korea Selatan	4.9 juta	1.3 juta	29.6 ribu
2	Tailan	254.3 ribu	13.2 ribu	145
3	Malaysia	235.3 ribu	3,957	151
4	Jepang	11.4 juta	506.8 ribu	13.7 ribu
5	Amerika Serikat	462.9 ribu	27.1 ribu	1,268
6	Mesir	66.4 ribu	2,209	67
7	Prancis	1.5 juta	140.6 ribu	19.8 ribu

Sebagaimana telah dijelaskan, tarian joget Kicau Mania berfokus pada melakukan gerakan satu tangan menutupi hidung, sementara tangan lainnya digerakkan menyerupai kepak sayap burung (Aditama, 2026). Walau demikian, tarian ini bukanlah asli dari Indonesia. Tarian ini awalnya diinspirasi oleh munculnya tren yakni tarian Scuba atau *Scuba Dance* yang diperankan oleh karakter kartun Zootopia (Setiawan, 2026). Kemiripan gerakan juga ditemukan pada tarian *Scuba*, yang ditandai oleh posisi satu tangan menutupi hidung dan tangan lainnya menirukan gerakan kepak sayap. Tarian tersebut diiringi oleh lagu *Scuba Juke (It Stankk)* karya h5wk (Hamilton, 2026).

Meskipun memiliki kemiripan gerakan dengan tren *Scuba Dance* yang lebih dahulu beredar di media sosial, perkembangan Kicau Mania menunjukkan adanya proses adaptasi budaya digital yang menghasilkan bentuk ekspresi baru. Pengguna TikTok tidak sekadar meniru gerakan yang telah ada, melainkan mengombinasikannya dengan lagu Kicau Mania yang berasal dari Indonesia sehingga menciptakan identitas budaya digital yang berbeda. Dalam konteks ini, keberhasilan Kicau Mania tidak hanya ditentukan oleh unsur gerakan, akan tetapi juga oleh kemampuan memodifikasi konten sesuai dengan karakteristik platform TikTok. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa difusi budaya digital berlangsung melalui proses reinterpretasi dan rekontekstualisasi unsur-unsur budaya yang kemudian memperoleh makna baru dalam lingkungan media sosial global.



Gambar 3. *Scuba Dance* oleh karakter Zootopia yang berujung jadi tarian Kicau Mania (@minifigjoe, 2026)

Dalam perkembangannya, hal tersebut mendorong pengguna media sosial, utamanya di TikTok melakukan modifikasi terhadap tren *Scuba dance* dengan mengganti lagu Scuba Juke (It Stankk) menjadi lagu Kicau Mania, yang dinilai memiliki daya tarik dan potensi viral yang lebih besar tanpa mengubah tarian atau gerakan sebelumnya. Tarian Kicau Mania dapat dipahami sebagai hasil proses peniruan (*imitation*) terhadap gerakan tari karakter dalam film animasi *Zootopia*, yang kemudian mengalami modifikasi dan reproduksi oleh pengguna TikTok (Rogers, 2003). Hal tersebut berkaitan dengan citra lagu Kicau Mania sebagai karya musik yang lekat dengan kehidupan masyarakat sehari-hari. Tarian tersebut kemudian menyebar secara viral dan diadopsi oleh pengguna TikTok di berbagai negara. Dengan demikian, fenomena penyebaran lagu Kicau Mania menunjukkan adanya proses difusi budaya, yakni transformasi dan penyebaran unsur budaya lokal yang kemudian diadaptasi serta dikonsumsi oleh masyarakat lintas negara secara intens tanpa memandang jarak dan batas apapun. Fenomena ini mengindikasikan bahwa pengguna TikTok memiliki kemudahan untuk mengakses dan mengonsumsi konten joget Kicau Mania tanpa adanya batasan temporal (Schellewald, 2023).

Kicau Mania dapat dipahami sebagai produk budaya lokal Indonesia yang berkembang secara luas dalam ruang digital global. Penyebaran tersebut terjadi karena pengguna TikTok tidak hanya bertindak sebagai konsumen semata, tetapi juga sebagai produsen budaya yang secara aktif mereproduksi, memodifikasi, dan menyebarkan tren melalui berbagai bentuk kreativitas digital. Hal tersebut terjadi karena pengguna TikTok tidak sekadar bertindak sebagai konsumen konten, melainkan turut berpartisipasi aktif dalam mengikuti tren “Kicau Mania” melalui peniruan dan penciptaan ulang video dengan pola serta format yang sejenis. Yakni yang terjadi di TikTok, individu maupun kelompok melakukan gerakan atau tarian “Kicau Mania” yang diiringi lagu “Kicau Mania”, kemudian membagikannya melalui platform TikTok dengan memanfaatkan kreativitas konten untuk menarik perhatian audiens hingga berpotensi menjadi viral. Dengan kreativitas konten TikTok bahkan memasuki lingkaran *For Your Page* (Lee & Umbach, 2026).

Platform TikTok yang sangat memiliki posisi krusial bahkan di kancah global tidak terlepas dari peran algoritma TikTok. Hal ini bercermin pada tren Kicau Mania yang telah menyebar bahkan hingga melampaui batas negara. Algoritma TikTok bekerja dengan mendistribusikan konten berdasarkan interaksi pengguna, yakni jumlah tayangan, komentar, dan tanda suka secara masif sehingga memiliki peluang untuk menyebar (Cheng & Li, 2024). Menurut Cheng dan Li tingginya *engagement* pengguna terhadap suatu video dapat meningkatkan kemungkinan konten tersebut didistribusikan secara lebih luas oleh algoritma TikTok (Cheng & Li, 2024). Temuan penelitian menunjukkan bahwa tingginya keterlibatan audiens pada konten Kicau Mania di berbagai negara berkontribusi terhadap perluasan jangkauan distribusi konten. Sebagaimana terlihat pada Tabel 2, sejumlah video memperoleh jumlah tayangan, tanda suka, dan komentar yang relatif cukup tinggi. Interaksi tersebut menjadi sinyal bagi algoritma TikTok untuk merekomendasikan konten kepada para pengguna lain melalui fitur *For Your Page* (FYP). Dengan demikian, temuan ini menunjukkan bahwa algoritma TikTok tidak hanya memediasi penyebaran konten, tetapi juga berkontribusi dalam mempercepat proses difusi budaya digital secara lintas negara.

Dalam konteks tren kicau mania yang berasal dari budaya lokal Indonesia, partisipasi pengguna melalui reproduksi konten dengan format serupa berkontribusi terhadap peningkatan visibilitas dan penyebaran tren di media sosial. Pengguna berpartisipasi dengan mereproduksi konten melalui penggunaan gerakan dan musik yang serupa sehingga membentuk pola penyebaran budaya digital secara berulang. Sebagai contoh, gerakan diiringi lagu Kicau Mania sehingga mereproduksi konten dengan format serupa demi memperoleh visibilitas dan perhatian publik di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa konten dengan kemasan yang baik cenderung menyebar secara cepat dan masif. Oleh karena itu, algoritma TikTok berfungsi sebagai mekanisme yang mempercepat proses viralitas dengan mendistribusikan konten kepada audiens yang lebih luas berdasarkan tingkat interaksi pengguna.

Fenomena global tren Kicau Mania menunjukkan berlangsungnya proses difusi budaya dalam ruang digital. Dalam konteks ini, lagu dan tarian Kicau Mania sebagai produk budaya lokal Indonesia mengalami penyebaran lintas negara melalui TikTok sebagai saluran komunikasi digital. Mengacu pada pemikiran Everett M. Rogers, proses difusi terjadi ketika suatu gagasan atau praktik disebarluaskan melalui saluran komunikasi tertentu dalam suatu sistem sosial dan periode waktu tertentu. Keempat

unsur tersebut terlihat dalam fenomena Kicau Mania, yaitu budaya lokal sebagai objek yang didifusikan, TikTok sebagai saluran komunikasi, pengguna sebagai sistem sosial, dan penyebaran tren yang berlangsung dalam waktu yang relatif singkat. Berdasarkan teori difusi Rogers, tren Kicau Mania dapat dipahami sebagai praktik budaya yang mengalami proses difusi melalui saluran komunikasi digital berupa TikTok. Proses difusi budaya berlangsung dalam periode waktu yang relatif singkat melalui interaksi antar pengguna dari pelbagai negara. Dalam proses tersebut, komunitas pengguna TikTok berfungsi sebagai sistem sosial yang memungkinkan terjadinya reproduksi dan penyebaran budaya secara berkelanjutan.

Everett Rogers menjelaskan bahwa proses difusi berlangsung ketika gagasan praktik budaya disalurkan melalui media komunikasi digital oleh kelompok sosial tertentu, yaitu media digital TikTok (Rogers, 2003). Penyebaran budaya menjadi semakin sentral hingga melintasi batas negara akibat perkembangan media digital, sementara pengguna TikTok dapat dikatakan sebagai agen utama dalam proses difusi budaya. Proses difusi tersebut berlangsung melalui interaksi antarpengguna yang secara terus-menerus mereproduksi dan menyebarkan konten kepada kelompok sosial lainnya. Dalam konteks tersebut, algoritma TikTok berfungsi sebagai mekanisme distribusi konten yang mempercepat proses difusi budaya secara digital melalui perluasan jangkauan audiens dan peningkatan visibilitas konten (Shilfa dkk., 2025).

Dalam penelitian ini, TikTok sebagai platform andalan yang memungkinkan tren Kicau Mania mengalami penyebaran secara luas hingga melampaui batas teritorial. Fenomena tersebut sejalan dengan pemikiran Thomas Risse, bahwa di tengah perkembangan globalisasi digital, pengguna media sosial, khususnya TikTok kini tidak hanya menjadi penikmat konten, tetapi juga berperan sebagai aktor non-negara yang ikut memengaruhi penyebaran budaya populer ke berbagai negara. Di sini arti aktor non-negara ialah merujuk pada individu yang berperan memengaruhi pengaruh global, bukan hanya negara saja. Maka, pengguna TikTok memiliki peran penting dalam membentuk interaksi lintas negara, termasuk melalui penyebaran budaya populer digital (Risse-Kappen dkk., 2013).

Dengan demikian, kemampuan platform TikTok dapat menjangkau masyarakat global tidak hanya ditentukan oleh algoritma platform, akan tetapi juga oleh peran pengguna sebagai aktor non-negara yang aktif menyebarkan tren Kicau Mania ke tingkat internasional. Selanjutnya, proses difusi budaya terjadi pada Kicau Mania yang saat ini terlihat banyak pengguna TikTok memulai mengadaptasi konten ke dalam berbagai bentuk baru, yakni variasi gerakan, *editing*, maupun penggunaan konteks humor yang berbeda. Fenomena Kicau Mania tidak hanya mengalami proses penyebaran, tetapi juga mengalami perubahan dan penyesuaian berdasarkan interpretasi masing-masing individu maupun kelompok (Iqbal & Zahidie, 2022; Rogers, 2003). Dengan demikian, fenomena “Kicau Mania” menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan digital, tetapi juga sebagai medium difusi budaya populer lintas negara. Melalui dukungan algoritma TikTok dan partisipasi aktif pengguna media sosial, budaya lokal Indonesia dapat mengalami transformasi, reproduksi, serta penyebaran secara global dalam ruang digital kontemporer.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa fenomena Kicau Mania merupakan contoh nyata difusi budaya lokal Indonesia ke ranah global melalui algoritma TikTok. Algoritma berperan mempercepat proses difusi budaya digital dengan memperluas distribusi konten berdasarkan pola interaksi pengguna, sementara partisipasi aktif individu menjadikan mereka berperan sebagai aktor non-negara dalam penyebaran budaya populer digital (Mannell & Smith, 2022). Pola penyebaran dimulai dari asal lokal berupa lagu dangdut modern Jawa, diadaptasi menjadi tarian sederhana di TikTok, kemudian direproduksi massal oleh pengguna dan diperluas oleh algoritma *For Your Page* (FYP) (Lee & Umback, 2026). Selanjutnya, tren ini diadopsi lintas negara yakni Korea Selatan, Tailan, Malaysia, Jepang, Amerika Serikat, Mesir, dan Prancis, serta mengalami transformasi global. Pola difusi ini menunjukkan bahwa budaya populer digital bersifat dinamis, terbuka terhadap adaptasi, dan mampu melintasi batas geografis.

Dengan demikian, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai medium strategis dalam mendukung diplomasi budaya digital (Jin, 2024). Penelitian lanjutan

direkomendasikan untuk melakukan analisis komparatif terhadap berbagai tren budaya lokal Indonesia lainnya yang memperoleh popularitas di TikTok, yakni dangdut koplo dan tarian tradisional, guna memperluas pemahaman mengenai mekanisme difusi budaya dalam konteks lintas budaya.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah sampel video yang relatif terbatas dan periode observasi yang berfokus pada satu tren budaya digital tertentu. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan data dengan menganalisis lebih banyak konten lintas negara serta menggunakan pendekatan kuantitatif atau *mixed methods* untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai mekanisme difusi budaya digital pada platform media sosial.

Temuan ini memberikan kontribusi terhadap kajian hubungan internasional, khususnya dalam memahami peran media digital dan aktor non-negara dalam dinamika budaya global kontemporer. Penelitian ini membuka peluang bagi studi lanjutan terkait diplomasi budaya digital, peran algoritma media sosial dalam membentuk tren global, serta bagaimana budaya lokal Indonesia dapat terus berkembang dan memperoleh pengakuan internasional di tengah arus globalisasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, P. S. (2026, Mei 2). Habitus Digital di TikTok: Membedah Viralitas “Joget Kicau Mania” dalam Budaya Populer Global. *Media Mahasiswa Indonesia*. <https://mahasiswaindonesia.id/habitus-digital-di-tiktok-membedah-viralitas-joget-kicau-mania-dalam-budaya-populer-global/>
- Amir Hamzah, S. K., Abdul Aziz, A., & Mohamed, S. (2025). Behavioural Influence of TikTok’s Algorithm Recommendations on Users’ Engagement and Users’ Self-Persuasion. *ESTEEM Journal of Social Sciences and Humanities*, 9(1), 144–162. <https://doi.org/10.24191/ejssh.v9i1.5637>
- Cheng, Z., & Li, Y. (2024). Like, Comment, and Share on TikTok: Exploring the Effect of Sentiment and Second-Person View on the User Engagement with TikTok News Videos. *Social Science Computer Review*, 42(1), 201–223. <https://doi.org/10.1177/08944393231178603>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4. ed). SAGE.
- Genk, N., Yaow 86, B., & BoyCord Music, B. M. (2026, Januari 22). *KICAU MANIA - NDARBOY GENK x BANDITTOZ YAOW 86 (OFFICIAL MUSIC VIDEO) GAS POL NDANGAK* [Video recording]. <https://www.youtube.com/watch?v=EngPsM8VnzM>
- @ginjiro_koyama, @ginjiro_koyama. (2026, Mei 23). *Sudah Sampai ke Indonesia?* [Video recording]. TikTok. <https://vt.tiktok.com/ZSQNjNVEe/>
- Hamilton, P. (2026, Maret 13). What Is The “Scuba Dance” And Where Did It Come From? The Viral TikTok Dance Trend Explained. *Know Your Meme*. <https://trending.knowyourmeme.com/editorials/guides/what-is-the-scuba-dance-and-where-did-it-come-from-the-viral-tiktok-dance-trend-explained>
- Haura, A. S., De Fretes, D., & Kustap, K. (2024). Musik Viral dalam Peningkatan Brand Awareness pada Konten TikTok. *Ekspresi*, 13(2). <https://doi.org/10.24821/ekp.v13i2.14266>
- Iqbal, M., & Zahidie, A. (2022). Diffusion of innovations: A guiding framework for public health. *Scandinavian Journal of Public Health*, 50(5), 533–537. <https://doi.org/10.1177/14034948211014104>
- Jin, D. Y. (2024). The rise of digital platforms as a soft power apparatus in the New Korean Wave era. *Communication and the Public*, 9(2), 161–177. <https://doi.org/10.1177/20570473241234204>
- Kiram, S. (2023). GLOBALISASI BUDAYA MUSIK DANGDUT KOPLO MELALUI MEDIA TIKTOK (PENDEKATAN KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA). *Lisyabab : Jurnal Studi Islam dan Sosial*, 4(1), 84–95. <https://doi.org/10.58326/jurnallisyabab.v4i1.163>
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (Fourth Edition). SAGE.
- Lee, J., & Umbach, J. (2026). The viral turn: Rethinking virality in the creator economy on TikTok. *Continuum*, 40(2), 319–344. <https://doi.org/10.1080/10304312.2026.2625794>

- Maheswara, R. (2026, Mei 1). Indonesia Jadi Negara Pengguna TikTok Terbanyak April 2026. *Dataloka.id*. <https://dataloka.id/humaniora/6567/indonesia-jadi-negara-pengguna-tiktok-terbanyak-april-2026/>
- Malimbe, A., Waani, F., & Suwu, E. A. A. (2021). Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *JURNAL ILMIAH SOCIETY*, 1(1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v2/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/35815>
- Manesah, D. (2025). Algorithmic Cultural Mediation: TikTok as a Venue for Youth Identity Negotiation and Local Heritage Preservation in Southeast Asia. *Asian Journal of Media and Culture*, 1(2), 176–193. <https://doi.org/10.63919/ajmc.v1i2.29>
- Mannell, K., & Smith, E. T. (2022). Alternative Social Media and the Complexities of a More Participatory Culture: A View From Scuttlebutt. *Social Media + Society*, 8(3), 20563051221122448. <https://doi.org/10.1177/20563051221122448>
- @minifigjoe, @minifigjoe. (2026, Februari 22). *Nick Wilde Scuba Cosplay at MegaCon Orlando* [Video recording]. TikTok. <https://vt.tiktok.com/ZSQNkmswx/>
- Nouvan, N. (2026, Februari 15). Indonesia Jadi Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia 2025. *Dataloka.id*. <https://dataloka.id/humaniora/4424/indonesia-jadi-negara-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia-2025/>
- Nugroho, A. S. (2026, April 28). Makna Lagu Kicau Mania—Ndarboy Genk ft Banditoz Yaow 86, Tak Rumat Seka Piyik Tak Loloh Nganggo Jangkrik. *Kabar Wonosobo*. <https://kabarwonosobo.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-15610170208/makna-lagu-kicau-mania-ndarboy-genk-ft-banditoz-yaow-86-tak-rumat-seka-piyik-tak-loloh-nganggo-jangkrik>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice* (Fourth edition). SAGE.
- Risse-Kappen, T., Carlsnaes, W., & Simmons, B. A. (2013). Transnational Actors and World Politics. Dalam *Handbook of international relations* (2nd ed). SAGE Publications.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5. ed). Free Press.
- Saputra, M. R. (2026). Digital Platform Control and State Pressure on TikTok Live During Social Protests. *Smart: Journal of Media Communication and Social Dynamics*, 1(1), 1–23.
- Schellewald, A. (2023). Understanding the popularity and affordances of TikTok through user experiences. *Media, Culture & Society*, 45(8), 1568–1582. <https://doi.org/10.1177/01634437221144562>
- Setiawan, A. (2026, Mei 25). Menggantang Algoritma Kicau Mania. *Kompas.com*. <https://nasional.kompas.com/read/2026/05/25/14120231/menggantang-algoritma-kicau-mania?page=all>
- Setyowati, E., & Arsal, T. (2023). Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang. *Solidarity: Journal of Education, Society and Culture*, 12(2), 240–258. <https://doi.org/10.15294/solidarity.v12i2.76685>
- Shilfa, I., Purwanto, E., & Hanafiah, T. (2025). Globalisasi Budaya Pop Dalam Media Digital: Kajian Pada Platform Tiktok. *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 19(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30813/s;jk.v19i1.8327.g3261>
- Storey, J. (2024). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction* (10 ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003388890>
- Suherman, T. O. (2026, April 24). Mengenal Kicau Mania: Tren TikTok yang viral sampai ke Anton RIIZE. *Hops.id*. <https://www.hops.id/hot/29417040580/mengenal-kicau-mania-tren-tiktok-yang-viral-sampai-ke-anton-riize>
- Winarno, S. (2026, Juni 5). Glokalisasi Kicau Mania. *Malang Posco Media*. <https://malangposcomedia.id/glokalisasi-kicau-mania/>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (Sixth edition). SAGE.