

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Budaya populer merupakan bagian penting dari kehidupan masyarakat modern, yang terus berkembang mengikuti arus globalisasi dan perkembangan teknologi. Budaya populer adalah kompleksitas budaya, yang disebabkan oleh proliferasi media dalam kehidupan sehari-hari dan difasilitasi oleh internet.<sup>1</sup> Budaya populer seringkali disebut sebagai “*pop culture*”,<sup>2</sup> ini dapat dipahami sebagai suatu tipologi budaya, yang digemari oleh masyarakat modern pada kurun waktu tertentu.<sup>3</sup> Budaya populer mencakup sejumlah aspek yang beragam, mulai dari musik, film, mode, gaya hidup, dan tren yang sedang populer.<sup>4</sup> Selain itu, budaya populer dibentuk dan didukung penuh oleh media massa, sehingga mempercepat penyebarannya, dan dapat dikonsumsi oleh semua orang.<sup>5</sup>

Budaya populer juga bersifat dinamis dan terus berubah seiring perkembangan zaman. Tren-tren baru muncul dengan cepat, karena dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti perkembangan teknologi, peristiwa sosial, politik, dan ekonomi. Budaya populer, ditandai dengan kemampuannya dalam menarik

---

<sup>1</sup>Rahma Sugihartati, *Budaya Populer dan Subkultural Anak Muda: Antara Resistensi dan Hegemoni Kapitalisme di Era Digital*, (Surabaya: Airlangga Universitas Press, 2017), 43.

<sup>2</sup>Maya Indah, *Pengaruh Budaya Populer Terhadap Anak Muda*, (Surabaya: Garuda Mas Sejahtera, 2024), 8.

<sup>3</sup>Made Marthana Yusa, *Branding Bali dan Budaya Populernya*, (Madura: Syidyannusa, 2024), 43.

<sup>4</sup>Maya Indah, *Pengaruh Budaya Populer Terhadap Anak Muda*, 8.

<sup>5</sup>Made Marthana Yusa, *Branding Bali dan Budaya Populernya*, 43.

perhatian, mempengaruhi dan menghibur banyak orang,<sup>6</sup> serta mampu menciptakan ikatan sosial dan identitas kolektif.<sup>7</sup> Pada zaman sekarang, budaya populer telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern,<sup>8</sup> hampir tidak ada halangan untuk menikmatinya, dan tidak banyak persyaratan khusus yang dibutuhkan bagi mereka yang ingin terlibat.<sup>9</sup>

Munculnya budaya populer mampu membentuk pola pikir, gaya hidup, serta preferensi masyarakat modern, terutama di kalangan generasi muda yang menjadi konsumen utama dari budaya ini. Seiring perkembangan zaman, budaya populer telah memberikan perubahan secara signifikan terhadap berbagai industri, contohnya pada industri musik. Perubahan dalam industri musik adalah fenomena dari pengaruh budaya populer, dan telah membentuk cara kita memahami, menciptakan, dan mengonsumsi musik.<sup>10</sup>

Keberadaan musik adalah sebagai satu kesatuan yang ikut berkembang seiring perkembangan zaman. Selain ini musik juga dapat diartikan sebagai cabang seni yang sering ada dalam kehidupan manusia, dan salah satu bentuk ekspresi budaya yang paling universal.<sup>11</sup> Melalui musik, nilai-nilai, ideologi, dan simbol-simbol budaya, dapat disebarkan secara masif dan cepat. Musik yang dimaksud adalah dapat diperdengarkan melalui berbagai media maupun pertunjukan

---

<sup>6</sup>Ahmad Holli, Semetko Scammell, *Budaya Populer dan Komunikasi Politik: Hand Book Komunikasi Politik*, (Yogyakarta: Nusamedia, 2021), 30.

<sup>7</sup>Maya Indah, *Pengaruh Budaya Populer Terhadap Anak Muda*, 9.

<sup>8</sup>Zikri Fachrul Nurhadi, *Teori Komunikasi Kontemporer*, (Depok: Kencana, 2021), 187.

<sup>9</sup>Holli A, Semetko Scammell, *Budaya Populer dan Komunikasi Politik: Hand Book Komunikasi Politik*, 30.

<sup>10</sup>Wulan Sari, *Piracy dan Profit: Dampak Pembajakan pada Industri Musik*, (Surabaya: Garuda Mas Sejahtera, 2024), 68.

<sup>11</sup>Muhammad Arvin Nugroho, *Kreasi Musik Kontemporer, Tinjauan Sejarah dan Gaya Musik Kontemporer Indonesia dan Barat*, (Semarang: Guepedia, 2022), 8.

langsung. Musik juga memiliki banyak macamnya, mulai dari yang tradisional sampai modern.<sup>12</sup>

Di era modern saat ini, teknologi menjadi elemen utama dalam perkembangan musik, terutama dalam aksesnya di media sosial. Aksesibilitas musik di media sosial memudahkan kita dalam mengonsumsi musik, dimana saja dan kapan saja.<sup>13</sup> Musik diproduksi dan disebarakan melalui media sosial atau platform streaming musik seperti Youtube, dengan ini penggemar musik dapat dengan mudah menemukan dan mendengarkan musik dari seluruh dunia, dan menjadikan musik sebagai konsumsi massal.<sup>14</sup>

Musik menjadi salah satu medium paling kuat dalam menyebarkan nilai, budaya dan identitas. Dalam konteks budaya populer, musik adalah komoditas yang disesuaikan untuk memenuhi selera dan kebutuhan konsumen. Musik beroperasi dalam logika pasar, dimana produksi, distribusi, dan promosi lagu-lagu sangat dipengaruhi oleh tren, dan algoritma media sosial, serta perilaku konsumen yang terus berubah. Musik yang membentuk budaya populer tidak hanya tergambarkan dari isi lagu, tetapi juga dari visual, gaya artis, dan strategi promosi.<sup>15</sup>

Musik mampu menarik perhatian karena sifatnya yang fleksibel dan mudah menyesuaikan dengan tren yang sedang populer. Selain itu, musik juga menjadi bagian dari citra merek, gaya berpakaian, bahkan gerakan sosial, yang semuanya

---

<sup>12</sup>Sila Widhyatama, *Sejarah Musik dan Apresiasi seni*, (Jakarta Timur: Balai Pustaka (Persero), 2012, 5.

<sup>13</sup>Muhammad Arvin Nugroho, *Kreasi Musik Kontemporer; Tinjauan Sejarah dan Gaya Musik Kontemporer Indonesia dan Barat*, 8.

<sup>14</sup>Muhammad Arvin Nugroho, *Kreasi Musik Kontemporer; Tinjauan Sejarah dan Gaya Musik Kontemporer Indonesia dan Barat*, 12.

<sup>15</sup>David Hesmondhalgh, *The Culture Industries*, (London: Sage Publication, 2013), 56-150.

turut memperkuat daya tariknya dalam budaya populer. Daya tarik dalam musik bukan hanya karena bunyinya, melainkan kekuatan emosional dan visual yang dimilikinya, sehingga mampu menciptakan media hiburan yang kompleksitas terhadap konsumen.<sup>16</sup> Oleh karena itu, seorang musisi harus memiliki kemampuan dalam menciptakan karya musik yang mampu menarik minat konsumen, agar musik yang dihasilkannya dapat disukai oleh masyarakat modern saat ini.<sup>17</sup>

Beberapa penelitian telah membahas budaya populer pada album musik dari berbagai perspektif. Misalnya, Esther Darlene (2024), menunjukkan bahwa musik pop Indonesia memiliki popularitas tinggi dan potensi besar sebagai produk budaya populer, yang mampu bersaing secara global. Dalam lingkungan seni urban, musik ini memiliki nilai kreatif yang terus berkembang seiring perkembangan zaman. Selain itu, musik urban di Indonesia juga dapat dikembangkan melalui perpaduan unsur Nusantara dan musik kontemporer dengan dukungan teknologi, sehingga berpeluang menciptakan gaya baru yang sesuai dengan perkembangan budaya modern.<sup>18</sup> Selain itu kajian peneliti Ayu Yuliani dan Pardika Dewi Retno, (2023), menunjukkan bahwa program reality show D'Academy 5 Indosiar membentuk konstruksi sosial musik dangdut sebagai bagian dari budaya populer. Tayangan ini tidak hanya menampilkan musik sebagai hiburan, tetapi juga sebagai alat untuk

---

<sup>16</sup>Sunardi, *Estetika dan Musik Populer*, (Yogyakarta: Kanisius, 2005), 55-62.

<sup>17</sup>Budi Priyanto, *Musik dan Media: Relasi Musik Pop dan Media Massa di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 43-50.

<sup>18</sup>Esther Darlene, "Identitas Kultural Musik Pop Indonesia dalam Konteks Seni Urban" *Jurnal Penelitian dan Pengkajian Seni*, 7, no. 1, (2024): 51-57.

membentuk citra, nilai, dan makna sosial musik dangdut yang terus berkembang sesuai konteks zaman.<sup>19</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas, budaya populer pada album musik telah banyak dikaji dalam berbagai penelitian sebelumnya. Namun, dibalik perwujudan ini, dalam konteks budaya populer musik sering kali memunculkan kontroversi dari album musik yang dirilis. Kontroversi tersebut dapat terjadi karena sejumlah faktor, seperti penggunaan tema yang sensitif, lirik yang dianggap provokatif, visualisasi sampul album yang menimbulkan perdebatan, atau penyampaian pesan yang bertentangan dengan norma sosial tertentu. Khususnya pada album musik *party at the mosque Queen Fatimah* yang ada di media sosial Youtube

Album musik *party at the mosque Queen Fatimah* dirilis pada awal bulan November Tahun 2024, album musik ini telah menciptakan lagu-lagu yang cukup ramai di perbincangkan dalam media sosial. Album musik ini memiliki 15 lagu dengan judul album *Party at the mosque*. Sejak dirilisnya album *musik party at the mosque*, telah banyak memicu protes dan kemarahan yang muncul di media sosial. Banyak warganet menilai bahwa album ini dianggap sebagai penghinaan terhadap agama Islam, mulai dari lagu-lagu dalam album musik seperti “*Who is Allah*” dan “*She is Allah*”. Selain itu sampul pada album musik ini juga menampilkan sosok wanita yang memakai pakaian hijab dan baju yang ketat dengan pusar yang terlihat, atau yang disebut dengan “*Crop Top*,” kemudian judul album musik yang bertuliskan “*party at the mosque*,” menampilkan dua hal yang sangat bertolak

---

<sup>19</sup>Ayu Yuliani, Perdika Dewi Retno, “Konstruksi Sosial Budaya Populer Musik Dangdut Melalui Program Tayangan Televisi (Studi Pada Program *Reality Show D’Academy 5* Indosiar)”, *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 8. no. 1 (2021): 945-946.

belakang, dengan menggabungkan kata *party* yang identik dengan hiburan, musik, dan gaya hidup modern, serta *mosque* (masjid) yang merupakan tempat suci bagi umat Islam untuk beribadah dengan penuh kesakralan agama. Penyandingan dua konsep ini, judul tersebut secara sengaja memunculkan kontroversi, dan rasa tidak pantas. Salah satu aksi dari netizen terhadap album musik ini adalah menyuarakan boikot untuk menghentikan distribusi pada album musik ini, karena telah dinilai melecehkan agama khususnya agama Islam. Selain itu kritik datang dari salah satu akun TikTok @lizhijabis, yang menyampaikan perasaannya dalam video yang viral. "Apa yang kalian rasakan, sama dengan yang saya rasakan. Geram, marah, benci, dan masih banyak lagi," ujarnya, mewakili amarah komunitas yang merasa tersakiti oleh konten album ini.<sup>20</sup>

Penjelasan diatas dapat dipahami bahwa, nuansa agama tidak hanya digunakan untuk hal yang sakral saja tetapi juga digunakan sebagai citra penampilan dalam membentuk budaya populer khususnya pada album musik *party at the mosque Qween Fatimah*. Dalam album musik ini penggunaan simbol atau nuansa agama dianggap tidak pantas, dan melanggar batas-batas norma, khususnya jika tempatkan berdampingan dengan unsur modern, vulgar atau kontradiktif. Hal ini juga disebutkan dalam bukunya Jean Budrillard yang berjudul *Simulacra and Simulation*, menjelaskan bagaimana simbol-simbol sakral agama dalam budaya populer dijadikan sebagai *simulacrum* (simulasi) dipermainkan, dilebur, dan

---

<sup>20</sup>Detikcom, "Muhammad Ahsan Nurrijal" *Artikel* dari <https://www.detik.com/pop/music/d-7630079/heboh-album-party-at-the-mosque-disebut-menista-agama>, diakses pada 5 Juni 2025.

kehilangan makna aslinya.<sup>21</sup> Oleh karena itu album musik ini juga menciptakan pengaburan makna asli dari nuansa agama yang digunakannya, sehingga apa yang kita lihat terhadap album ini itu bersifat abstrak dan juga dipenuhi oleh ilusi.

Penelitian ini berfokus pada analisis bagaimana album *Party at the Mosque* karya Qween Fatimah di media sosial YouTube dapat menciptakan profanisasi dan pengaburan makna melalui unsur-unsur yang terdapat di dalamnya, seperti sampul album, judul album, dan lirik lagu. Analisis penelitian ini menggunakan teori seduksi dari Jean Baudrillard. Menurut Baudrillard, seduksi bekerja melalui permainan tanda yang mampu mengosongkan atau menggeser makna dari suatu simbol. Dalam masyarakat modern, proses ini terjadi ketika individu tidak lagi berorientasi pada pencarian makna yang otentik, melainkan lebih tertarik pada permainan tanda, citra, dan simulasi yang beredar dalam media.<sup>22</sup>

Penelitian-penelitian sebelumnya sudah banyak yang mengkaji tentang album musik, namun belum ada yang meneliti secara spesifik, terkait fenomena budaya populer pada album musik dengan menggunakan analisis Jean Baudrillard. Oleh karena itu dari paparan latar belakang yang penulis sajikan, peneliti tertarik untuk mengkaji penelitian dengan judul, **“Fenomena Budaya Populer pada Album Musik *Party at the Mosque Qween Fatima* di Media Sosial Youtube Analisis Seduksi Jean Baudrillard”**.

---

<sup>21</sup>Shelia Faria Glaser, Jean Baudrillard, *Simulcra and Simulation*, (Ann Arbor: University of Michigan Press, 1994), 10-11.

<sup>22</sup>Ribut Wahyudi, *Jean Baudrillard Berahi*, (Yogyakarta: Narasi-Pustaka Promethea, 2018), 10.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan dalam latar belakang, maka dirumuskan beberapa pertanyaan yang menjadi fokus penelitian, yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana album musik *party at the mosque Qween Fatimah* di media sosial Youtube?
2. Bagaimana analisis seduksi Jean Baudrillard terhadap fenomena budaya populer pada album musik *party at the mosque Qween Fatima*?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis bagaimana album musik *party at the mosque Qween Fatima* di media sosial Youtube.
2. Untuk menganalisis seduksi Jean Baudrillard terhadap fenomena budaya populer pada album musik *party at the mosque Qween Fatima*.

## **D. Signifikansi Penelitian**

Penelitian ini memiliki signifikansi sebagai berikut:

1. Signifikansi Akademik

Penelitian ini berkontribusi terhadap pengembangan kajian album musik dalam konteks budaya populer, khususnya dalam memahami bagaimana unsur estetika dan simbolik digunakan untuk membangun daya tarik visual dalam album musik. Dengan menggunakan analisis teori seduksi Jean Baudrillard, penelitian ini memperkaya pemahaman kita tentang bagaimana musik dapat menjadi media permainan tanda dan pengalihan makna yang menggoda kita untuk menikmatinya.

Penelitian ini juga berkontribusi pada kajian interdisipliner yang menghubungkan studi budaya populer, komunikasi, dan seduksi. Dengan menganalisis bagaimana album musik *party at the mosque* Qween Fatimah disebarluaskan melalui platform Youtube. Penelitian ini menambah wawasan tentang kita tentang bagaimana media sosial membentuk cara masyarakat mengonsumsi, merespon, dan mengekspresikan budaya populer dalam industri musik pada ruang digital.

## 2. Signifikansi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai bagaimana industri musik dimanfaatkan sebagai media dalam membentuk budaya populer di media sosial. Hal ini penting bagi masyarakat yang mengonsumsi musik agar lebih kritis dalam memahami makna makna yang terkandung dalam pembuatan album musik, terutama dalam membentuk budaya populer yang memiliki daya tarik terhadap audiens.

Dengan mengidentifikasi dan menganalisis peran industri musik dalam membentuk budaya populer di media sosial, penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana masyarakat mengonsumsi musik tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media yang memengaruhi gaya hidup dan pola interaksi. Hal ini dapat berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan strategi visual dan estetika yang digunakan untuk menarik perhatian audiens secara masif, sehingga mereka lebih kritis dalam merespons pengaruh budaya populer dalam album musik.

## E. Definisi Operasional

### a. Seduksi

Seduksi atau rayuan adalah seni merayu atau membujuk seseorang untuk membuat pilihan yang memenuhi keinginan si penggoda. Seduksi tidak selalu berkaitan dengan aspek seksual, melainkan berbagai bentuk daya tarik yang mampu memengaruhi perasaan, pikiran, dan tindakan orang lain. Seduksi juga dapat diterapkan diberbagai skenario lain, seperti negosiasi bisnis atau hubungan antarpribadi, iklan, musik, mode, hingga media sosial. Dalam karya seni dan sastra, seduksi sering kali menjadi tema yang dieksplorasi melalui narasi romansa dan hasrat. Seduksi tidak hanya soal menggoda atau menarik perhatian secara halus, tetapi juga bisa melibatkan manipulasi, yaitu tindakan yang secara sengaja memengaruhi atau mengendalikan orang lain dengan cara yang tidak jujur atau terselubung. Tujuannya bisa membuat seseorang melakukan sesuatu yang sebenarnya bertentangan dengan kepentingan atau kehendak terbaik mereka sendiri.<sup>23</sup>

### b. Fenomena

Fenomena adalah istilah yang merujuk pada segala sesuatu yang dapat diamati atau dialami, baik melalui panca indra maupun melalui pemikiran. Istilah fenomena sering digunakan untuk menggambarkan peristiwa atau keadaan yang menarik perhatian atau menjadi perbincangan publik, seperti fenomena alam atau fenomena sosial.<sup>24</sup> Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), fenomena

---

<sup>23</sup>Goldmeire, "Harold" Artiker dari <https://www.ebsco.com/research-starters/psychology/seduction>, diakses pada 9 Juni 2025.

<sup>24</sup>Ilmawati, dkk, *Fenomena Sosial*, (Banyuwangi: LPPM Institut Agama Islam Ibrahim Ganteng Banyuwangi, 2018), 1.

diartikan sebagai hal atau peristiwa yang dapat ditangkap oleh indra dan dapat dijelaskan secara ilmiah. Fenomena dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, seperti fenomena alam, misalnya hujan, gempa bumi, atau Pelangi dan fenomena sosial, seperti urbanisasi, atau penggunaan media sosial; serta fenomena ilmiah yang melibatkan proses pengamatan terhadap berbagai gejala yang terjadi secara empiris.<sup>25</sup> Menurut Immanuel Kant fenomena adalah sesuatu yang tampak dan dapat dikenali melalui pengalaman indrawi, berbeda dengan noumena yang hanya dapat dipahami secara rasional.<sup>26</sup> Sementara itu, Soerjono Soekanto menyatakan bahwa fenomena sosial merupakan gejala-gejala atau kenyataan-kenyataan yang dapat diamati dan terjadi dalam masyarakat, serta dapat menjadi objek kajian dalam ilmu sosiologi. Dengan demikian, fenomena menjadi dasar penting dalam proses pengamatan dan analisis ilmiah guna memahami kenyataan empiris yang terjadi di sekitar manusia.<sup>27</sup>

### c. Media Sosial YouTube

Media sosial merupakan media online, di mana para penggunanya bisa berkomunikasi dan berinteraksi dengan jarak jauh tanpa harus bertemu. Media sosial juga dapat dipahami sebagai sarana untuk komunikasi atau pergaulan sosial, yang dilakukan secara online melalui jaringan internet.<sup>28</sup> Salah satu platform media sosial yang cukup banyak digunakan adalah aplikasi Youtube, Menurut Budiargo Youtube merupakan sebuah platform media sosial yang dapat menampilkan video

---

<sup>25</sup>Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa” “Fenomena” *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Daring (Jakarta: Kemendikbud RI, 2016), 417.

<sup>26</sup>Immanuel kant, *Critique of Pure Reason*, (Cambridge, 1998), 27.

<sup>27</sup>Soekanto Soerjono, *Sosiologi: Suatu Pengantar*, (Jakarta: Rajawali Persada, 2005), 319.

<sup>28</sup>Yusrin Ahmad Tosepu, *Media Baru dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik di Dunia Virtual)*, (Surabaya: Jakad Publishing, 2018), 28.

dan berfungsi sebagai media utama untuk mencari, menonton, dan membagikan berbagai konten video.<sup>29</sup> Situs ini membuat pengguna dari berbagai penjuru dunia bisa saling terhubung, dengan berbagi video secara online melalui sebuah laman web.<sup>30</sup> Youtube merupakan salah satu platform digital terbesar yang digunakan untuk mengakses berbagai jenis konten, termasuk musik. Melalui aplikasi Youtube, pengguna dapat mencari, mendengarkan, dan menonton video musik dari berbagai genre, artis, diberbagai negara. Youtube juga menjadi sarana bagi musisi untuk mempromosikan karya musik mereka sehingga dapat dikenal dan didengarkan oleh khalayak luas.<sup>31</sup>

#### d. Budaya Populer

Budaya populer adalah bentuk budaya yang berkembang dan diterima secara luas oleh masyarakat umum, terutama di kalangan masyarakat urban dan generasi muda. Budaya ini mencakup berbagai aspek kehidupan seperti musik, film, *fashion*, media sosial, gaya hidup, dan teknologi yang dikonsumsi secara massal. Budaya populer seringkali disebut sebagai “*pop culture*”,<sup>32</sup> yang bersifat dinamis dan cepat berubah mengikuti tren serta kebutuhan pasar. Dalam pandangan para ahli seperti John Storey, budaya populer bukan sekadar hiburan, tetapi juga medan pertempuran makna, di mana ideologi dominan bisa dipertahankan atau dilawan melalui konsumsi budaya sehari-hari. Oleh karena itu, budaya populer tidak hanya

---

<sup>29</sup> Dian Budiargo, *Berkomunikasi Ala Net Generation*, (Jakarta: Gramedia, 2015), 47.

<sup>30</sup> Tania Damayanti, dkk, *Pesan Komunikasi Edukasi pada Iklan di YouTube dan Resepsi Khalayak*, (Indramayu: Adanu Abimata, 2025), 15, 16.

<sup>31</sup> Haryo Kusumo Aji, *Komunikasi Media Digital*, (Surakarta: UNISRI Press, 2024), 46.

<sup>32</sup> Maya Indah, *Pengaruh Budaya Populer Terhadap Anak Muda*, (Surabaya: Garuda Mas Sejahtera, 2024), 8.

mencerminkan selera massa, tetapi juga memainkan peran penting dalam membentuk identitas, nilai, dan cara pandang masyarakat terhadap dunia.<sup>33</sup>

e. Album Musik *Party at the Mosque Qween Ftimah*

Album musik *party at the mosque* adalah karya musik dari artis Qween Fatima yang dirilis pada 6 September 2024. Album ini menghadirkan kombinasi unik antara unsur Islam dan budaya populer. Dengan total 13 lagu dalam versi standar dan 18 lagu dalam versi deluxe, album ini berdurasi sekitar 29 hingga 42 menit dan dapat diakses melalui platform musik digital seperti YouTube. Beberapa lagu dalam album musik ini antara lain “*Who is Allah?*”, “*She is Allah*” dan “*Shalah*” dalam lirik lagu-lagu ini, bertemakan religius dengan memadukan gaya musik modern dan eksperimental. Rilisnya album ini juga memicu kontroversi di media sosial karena dianggap melanggar batas-batas norma Islam dalam mengekspresikan musiknya.<sup>34</sup> Kontroversi ini dimulai dari konsep album musik yang tidak lazim karena memadukan unsur religius dengan unsur yang glamor serta vulgar.

## F. Penelitian Terdahulu

Setelah melakukan pengamatan dan membaca beberapa penelitian sebelumnya, ditemukan beberapa penelitian yang memiliki kesamaan dengan penelitian penulis. Penelitian-penelitian tersebut antara lain sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Ingghar Ghupti Nadia Kusmiaji, (2025), menunjukkan bahwa masyarakat pinggiran membentuk identitas dan gaya

<sup>33</sup> John Storey, *Cultural Theori and Popular Culture*, (Tronto: Pearson Canada, 2006), 17.

<sup>34</sup>Detikcom, “Pingsan Anggraini” *Artikel* dari <https://www.detik.com/pop/music/d-7635251/album-kontroversial-party-at-the-mosque-milik-qween-fatima-hilang-dari-spotify>, di akses 16 Maret 2025.

hidupnya melalui praktik konsumsi simbolis bukan semata kebutuhan fungsional, tetapi sebagai bentuk pencitraan dan partisipasi dalam budaya populer yang lebih luas. Dalam konteks ini, gaya hidup dipahami bukan hanya sebagai pola hidup sehari-hari, tetapi juga sebagai representasi sosial yang dibentuk oleh tanda, simbol, dan ilusi yang diproduksi oleh media serta komoditas pasar. Hasil dari penelitian ini adalah, bagaimana masyarakat pinggiran mengadopsi elemen-elemen budaya populer (*fashion, gadget, makanan instan, gaya nongkrong*), yang mungkin tidak sesuai dengan latar ekonomi mereka, namun tetap dijalani demi membangun citra diri atau sekadar mengikuti arus gaya hidup “kekinian”. Serta bagaimana ruang pasar dan sekitarnya menjadi arena simulasi budaya, di mana realitas kehidupan sehari-hari terbungkus oleh lapisan-lapisan simbol dan konsumsi gaya hidup dan membentuk realitas semu (hiperrealitas).<sup>35</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Amara Haryani Himawa, Nanang Ganda Prawira (2024) berfokus pada analisis budaya populer. Penelitian ini berfokus pada bagaimana budaya visual era Y2K diadopsi dan dikonstruksi dalam industri hiburan Korea, khususnya melalui representasi visual yang ditampilkan oleh grup K-Pop NewJeans. Dengan menggunakan pendekatan budaya populer, studi ini menganalisis cara estetika Y2K seperti gaya busana retro futuristik, palet warna cerah, penggunaan media analog, dan efek visual tahun 2000 digunakan sebagai strategi seduksi visual untuk membentuk identitas grup, menarik perhatian audiens global, serta menciptakan nilai komersial. Analisis ini juga menyoroti bagaimana

---

<sup>35</sup>Ingghar Ghupti Nadia Kusmiaji, “Life Style Masyarakat Pinggiran Pasar Gringging Kediri: Perspektif Jean Baudrillard”, *Indonesian Research Journal on Education*, 5, no. 2, 2025.

visualitas dalam K-Pop tidak hanya menjadi pelengkap musik, tetapi menjadi elemen utama dalam pembentukan makna, citra, dan konsumsi budaya. Penelitian ini menempatkan NewJeans sebagai studi kasus untuk memahami bagaimana nostalgia digital dan estetika masa lalu dimodifikasi untuk memenuhi selera kontemporer dalam lanskap budaya populer Korea Selatan.<sup>36</sup>

Sementara itu penelitian Abd. Wahab A. Rahim (2024) Penelitian ini memfokuskan analisis pada bagaimana budaya populer mendominasi ruang sosial melalui pemanfaatan media sosial sebagai medium penyebaran dan penguatan nilai-nilai budaya tertentu. Studi ini menelaah bagaimana konten-konten populer di platform seperti Instagram, Tiktok, dan Youtube tidak hanya mencerminkan tren hiburan semata, tetapi juga menjadi sarana efektif dalam membentuk persepsi, gaya hidup, serta norma sosial di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang dominan bagi penyebaran dan penguatan nilai-nilai budaya populer. Melalui analisis konten pada platform Tik Tok, Instagram, dan Youtube, ditemukan bahwa budaya populer tidak hanya hadir dalam bentuk hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai medium penyampaian nilai-nilai sosial, gaya hidup, bahkan cara pandang terhadap dunia. Influencer, selebriti, dan kreator konten memainkan peran sentral dalam membentuk tren dan menetapkan standar perilaku atau estetika yang kemudian diinternalisasi oleh pengguna secara luas.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup>Amara Haryani Himawa, "Budaya Visual dalam Industri Hiburan Korea: Analisis Budaya Populer Y2K dalam K-Pop Grup Newjeans", *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 6, no. 1, 2024.

<sup>37</sup>Abdul Wahab, Ahmad Rahim, "Dominasi Budaya Populer: Penguatan Nilai-Nilai Budaya Melalui Pemanfaatan Media Sosial", *Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 18, no. 4, 2024.

Kajian terhadap musik pop juga dilakukan oleh M. Jhadid Khadavi, (2024), Penelitian ini berfokus pada upaya dekonstruksi terhadap musik pop Indonesia dengan menelaah bagaimana produk-produk musik tersebut dibentuk, diproduksi, dan dikonsumsi dalam kerangka industri budaya. Analisis diarahkan untuk membongkar konstruksi ideologis, estetika, dan nilai-nilai yang terkandung dalam musik pop Indonesia, serta mengungkap bagaimana industri budaya dalam hal ini rumah produksi, label musik, media, dan platform digital berperan dalam membentuk selera pasar dan identitas musikal yang dominan. Penelitian ini mengkaji bagaimana musik pop tidak lagi hanya dipahami sebagai ekspresi artistik personal, tetapi sebagai komoditas yang tunduk pada logika kapitalisme budaya, di mana kreativitas dan orisinalitas sering kali dikompromikan demi keuntungan ekonomi dan keberterimaan pasar. Dengan pendekatan dekonstruktif dan teori industri budaya seperti Frankfurt School (misalnya Adorno dan Horkheimer), studi ini bertujuan untuk membedah bagaimana mekanisme produksi musik pop di Indonesia turut mereproduksi struktur sosial, relasi kuasa, dan ideologi dominan melalui narasi populer yang tampak "netral" atau "menghibur."<sup>38</sup>

Selain itu penelitian juga dilakukan oleh Eko Nugroho, (2020), Menunjukkan bahwa, bagaimana praktik seduksi seksual dimanfaatkan oleh media online dalam pemberitaan kasus prostitusi artis Vanessa Angel, dengan meninjau dinamika politik ekonomi media di balik konstruksi narasi tersebut. Analisis dalam penelitian ini, mengungkap bagaimana tubuh dan seksualitas perempuan

---

<sup>38</sup>M. Jhadid Khadavi, "Dekonstruksi Musik Pop Indonesia dalam Perspektif Industri Budaya", *Jurnal Humanity*, 9, no. 2, 2024.

dikomodifikasi menjadi alat tarik perhatian (clickbait) dalam ekosistem media digital yang kompetitif dan berorientasi pada trafik. Hasil penelitian ini adalah, mencakup bagaimana representasi Vanessa Angel dalam media online tidak hanya merefleksikan realitas, tetapi juga membentuk persepsi publik melalui strategi simbolik yang menggoda (*seduction*) sebagaimana dikemukakan oleh Jean Baudrillard. Melalui pendekatan politik ekonomi media, penelitian ini melihat bagaimana kepentingan kapitalistik seperti iklan, jumlah klik, dan monetisasi konten mendorong media untuk memproduksi berita dengan muatan sensasional, hiper-seksualisasi, dan eksploitasi citra artis, alih-alih fokus pada persoalan struktural seperti eksploitasi, patriarki, atau ketimpangan sosial. Dalam konteks ini, berita bukan lagi penyampai fakta, melainkan menjadi simulasi realitas yang dibentuk untuk konsumsi massal.<sup>39</sup>

Berbagai penelitian sebelumnya, fenomena budaya populer atau album musik sudah banyak yang mengkaji, namun belum ada secara spesifik peneliti yang mengkaji tentang budaya populer pada album musik party at the mosque Queen Fatimah di media sosial Youtube, dengan menggunakan studi analisis teori seduksi Jean Baudrillard. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi fenomena budaya populer pada album musik party at the mosque Queen Fatimah di media sosial Youtube, menganalisis tentang bagaimana album musik tersebut dapat menciptakan daya tarik rayuan dari berbagai elemen elemen yang ada di dalam album musik party at the mosque Queen Fatimah di media sosial Youtube, dengan menggunakan

---

<sup>39</sup>Eko Nugroho, Seduksi Seksual dalam Berita Online: Tinjauan Politik Ekonomi Media pada Pemberitaan Kasus Prostitusi Artis Vanessa Angel”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8, no. 1, 2020.

analisis teori seduksi Jean Baudrillard. Penelitian ini tidak hanya menganalisis pembentukan dari budaya populer pada album musik, tetapi juga memberikan wawasan kritis tentang pengaruh budaya populer terhadap industri musik, sehingga dapat menciptakan kapitalisme pasar yang akan memenuhi kebutuhan konsumen atau masyarakat modern saat ini.

### **G. Kerangka Teori**

Jean Baudrillard adalah seorang filsuf Prancis yang sangat berpengaruh terhadap kajiannya tentang masyarakat kontemporer. Karya dan pemikirannya memberikan kontribusi secara signifikan dalam memahami masyarakat kontemporer khususnya hubungan antara manusia, media, teknologi, dan budaya populer. Baudrillard mengembangkan teori sosial yang berfokus pada bagaimana realitas saat ini dibentuk bukan lagi pada pengalaman langsung, melainkan oleh citra, simbol, dan representasi yang disebarakan melalui media.<sup>40</sup>

Salah satu pemikiran yang dikembangkan oleh Baudrillard adalah teori seduksi, Baudrillard memandang seduksi tidak lagi sebagai daya tarik seksual, melainkan suatu mekanisme sosial yang bekerja melalui tanda, citra, dan makna dalam masyarakat kontemporer. Dalam konteks ini, manusia lebih banyak dipengaruhi oleh simbol, tampilan visual, dan representasi media daripada realitas yang dialami secara langsung. Oleh karena itu, seduksi dipahami sebagai proses yang membentuk cara pandang dan ketertarikan masyarakat melalui permainan makna yang dikonstruksi oleh budaya populer. Menurut Baudrillard, kehidupan

---

<sup>40</sup>John Lechte, *50 Filsuf Kontemporer dari Strukturalisme sampai Postmodernitas*, (Yogyakarta: Kanisius, 2001), 352.

modern tidak lagi berpusat pada makna kebenaran, tetapi pada hasrat dan keinginan manusia. Seduksi juga sebagai proses mempengaruhi manusia melalui permainan simbol dan penampilan yang memikat. Ia melihat bahwa seduksi mampu menggeser cara masyarakat kontemporer memahami dunia yang serba ulusi ini, karena seduksi bekerja melalui ilusi dan daya tarik. Melalui gagasan ini, Baudrillard mengemukakan bahwa seduksi adalah cara penting untuk memahami bagaimana masyarakat modern bergerak. Ia menegaskan bahwa kekuatan terbesar pada zaman sekarang bukan hanya berasal dari sistem ekonomi atau politik, tetapi dari citra dan tanda yang mampu memikat perhatian manusia.<sup>41</sup>

Menurut Jean Baudrillard, seduksi memiliki keterkaitan yang erat dengan budaya simulasi dalam masyarakat kontemporer. Ia menjelaskan bahwa manusia modern semakin hidup di tengah citra dan representasi yang tidak selalu memiliki rujukan nyata, yang disebut sebagai simulakra.<sup>42</sup> Kondisi ini menyebabkan batas antara realitas dan citra menjadi semakin tidak jelas, karena manusia lebih banyak berinteraksi dengan gambaran yang dibentuk oleh media daripada dengan kenyataan itu sendiri yang disebut Hiperrealitas.<sup>43</sup> Selain itu, Baudrillard melihat seduksi sebagai bentuk kekuasaan yang halus. Seduksi tidak memaksa dengan cara langsung, tetapi bekerja melalui daya tarik dan penciptaan keinginan. Kekuasaan ini muncul dari kemampuan tanda dan citra untuk memikat seseorang sehingga mereka mengikuti alur makna yang diciptakan. Di era digital, manusia membangun

---

<sup>41</sup>Ribut Wahyudi, *Jean Baudrillard Berahi*, 9.

<sup>42</sup>Galuh E. Akoso, Ninik Rochani Sjams, *Galaksi Simulakra*, (Yogyakarta: LKiS, 2001), 15-20.

<sup>43</sup>Jean Baudrillard, *Simulacra and Simulation*, terj. Sheila Faria Glaser, (Michigan: University of Michigan Press 1994), 1-7.

pengaruh melalui gaya, estetika visual, atau simbol tertentu yang membuat identitas mereka tampak menarik. Cara seduksi ini berperan dalam membentuk siapa yang dianggap “populer”, “berpengaruh”, atau “otoritatif” dalam ruang digital.

Di era digital fenomena budaya populer berkembang melalui media sosial, sebagai ruang utama pertukaran simbol, di mana visual, gaya, dan narasi berperan penting dalam membentuk identitas, makna serta cara manusia memandang suatu realitas sosial dan budaya. Salah satu fenomena yang terjadi sekarang adalah fenomena budaya populer pada album musik *party at the mosque* Qween Fatima di media sosial Youtube, album musik ini menciptakan kontroversi netizen dan pusat perhatian di media sosial sejak tahun 2024, karena konsep album yang memadukan antara unsur religius dengan gaya glamor dan vulgar, hal ini memicu bagi netizen yang memberikan komentar negatif.

Di era digital, fenomena budaya populer berkembang pesat melalui media sosial sebagai ruang utama pertukaran simbol. Dalam ruang ini, visual, gaya, dan narasi berperan penting dalam membentuk identitas, makna, serta cara masyarakat memandang realitas sosial dan budaya. Salah satu fenomena budaya populer yang muncul adalah album musik *party at the mosque* karya Qween Fatimah yang beredar di platform Youtube sejak tahun 2024. Album ini menjadi pusat perhatian dan memicu kontroversi di kalangan netizen karena konsep visual yang ditampilkan, telah memadukan unsur religius dengan gaya glamor dan vulgar. Perpaduan simbol yang kontras tersebut menimbulkan beragam reaksi dari masyarakat, terutama komentar negatif yang menilai bahwa penggunaan simbol religius dalam konteks hiburan populer dianggap tidak pantas.

Konsep yang ditampilkan dalam album tersebut menunjukkan bagaimana identitas musisi dan simbol-simbol budaya dibentuk mengikuti kecenderungan estetika dan perhatian audiens di ruang digital. Dalam konteks ini, identitas tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi diri, tetapi juga sebagai citra yang diproduksi, dipertontonkan, dan direproduksi untuk menarik perhatian publik. Dalam kerangka pemikiran *Jean Baudrillard*, kondisi tersebut dapat dipahami melalui konsep simulakra, yaitu situasi ketika tanda atau representasi tidak lagi merujuk pada realitas yang asli, melainkan menjadi citra artifisial yang berdiri sendiri. Melalui strategi visual yang provokatif dan kontroversial, representasi dalam album ini berfungsi sebagai cara untuk menciptakan perhatian, memicu perbincangan di ruang digital, serta memperluas popularitas dalam budaya populer di media sosial.<sup>44</sup>

## H. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan langkah-langkah yang digunakan untuk mengumpulkan dan mengolah data guna menghasilkan temuan yang dapat dipercaya.

### 1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian pustaka (*library research*), yaitu penelitian yang bersumber dari buku, jurnal ilmiah, dan artikel yang berkaitan dengan seduksi Jean Baudrillard ataupun data yang isinya berkenaan dengan permasalahan yang diteliti. Sedangkan pendekatan penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yang menghasilkan data berupa sampul album, judul album, judul lagu

---

<sup>44</sup>Medhy Aginta Hidayat, *Jen Baudrillard & Realitas Budaya Pascamodern*, (Yogyakarta: Cantrik Pustaka, 2023), 88-95.

dalam album, dan lirik lagu dalam album.<sup>45</sup> Penelitian ini bersumber dari album musik yang terdapat pada media sosial seperti Youtube.

## 2. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu objek formal dan objek material. Objek formal penelitian ini adalah pendekatan seduksi berdasarkan teori Jean Budrillard, sedangkan objek materialnya adalah album musik *party at the mosque Queen Fatimah*, album ini dipilih karena memiliki kontroversi yang sangat viral pada bulan November tahun 2024. Adapun subjek penelitian ini adalah elemen-elemen yang ada dalam album musik *party at the mosque Queen Fatimah* di media sosial Youtube, seperti sampul album, judul album, serta lirik dan judul lagu pada album musik. Peneliti akan mengamati dan menganalisis bagaimana konsep religius di jadikan sebagai konteks hiburan, dengan tujuan untuk mengidentifikasi batas antara ruang sakral dan ruang profan menjadi kabur.<sup>46</sup>

## 3. Sumber Data

Sumber data adalah pihak atau objek dari mana data penelitian diperoleh. Sumber data bisa berupa subjek dari mana data di peroleh dan dikumpulkan serta di amati, selain itu sumber data juga dapat di cari di berbagai informasi yang relevan dengan masalah penelitian kita.<sup>47</sup> Dalam penelitian ini, sumber data terbagi menjadi dua, yaitu;

### 1) Sumber Data Primer

---

<sup>45</sup>Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019), 6.

<sup>46</sup>Said Maskur, *Praktik Belajar Metodologi Penelitian Bidang Psikologi Pendidikan dan Ilmu Pendidikan (Buku Ajar Mata Kuliah)*, (Riau: Indragiri Dot Com, 2024), 22, 120.

<sup>47</sup>Masayu Rosyidah, Rafiq Fijra, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2021), 74

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah elemen-elemen yang ada pada album musik *party et the mosque Queen Fatimah* di media sosial Youtube. Analisis akan difokuskan pada elemen album musik yang mengandung seduksi dan pengaburan makna.

## 2) *Sumber Data Sekunder*

Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai literatur yang relevan dan mendukung fokus kajian penelitian.

## 4. Data

Data adalah kumpulan informasi, fakta, atau angka yang dikumpulkan secara sistematis oleh peneliti untuk menjawab rumusan masalah, menguji hipotesis, atau mencapai tujuan penelitian. Data di bagi menjadi dua, yakni data primer dan data sekunder.

### a. Data Primer

Data primer adalah data asli atau data langsung yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber utama. Sumber utama penelitian ini adalah 3 elemen dalam album musik *party at the mosque Qween Fatima*. Elemen tersebut berupa sampul album, judul album, serta lirik lagu dalam album musik. Album musik ini, terdiri dari 13 lagu, namun peneliti akan mengambil 3 lagu untuk dijadikan sebagai sample data, karena dari 13 lagu dalam album musik tersebut hanya 5 lagu yang relevan untuk penelitian ini.

### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan, diolah, dan dipublikasikan terlebih dahulu oleh pihak lain. Data sekunder yang dimaksud dalam

penelitian ini, berupa buku, artikel, jurnal, dan hasil penelitian terdahulu, yang relevan dengan fokus penelitian. Selain itu juga karya-karya Jean Budrillard yang berhubungan dengan teori yang digunakan dalam penelitian, menjadi bahan utama dari penelitian ini.<sup>48</sup>

#### 5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan yang sangat penting dalam proses penelitian. Tujuannya adalah memperoleh data untuk menjawab rumusan masalah, serta memastikan bahwa informasi yang diperoleh valid dan relevan untuk penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik dokumentasi. Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi berupa menelusuri, dan menganalisis berbagai catatan, arsip, atau bukti tertulis maupun visual yang telah dibuat sebelumnya.<sup>49</sup> Dokumentasi tersebut dapat berupa laporan, buku, foto, serta video. Peneliti menggunakan data berupa gambar atau *screenshot* dari elemen-elemen yang ada dalam album musik, terutama yang mengandung simbol religius serta memahami makna yang disampaikan dalam album musik *party at the mosquea Qween Fatimah* di Youtube.

#### 6. Teknik Pengelolaan dan Analisis Data

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis dan penyajian. Penyajian data diawali dengan mendeskripsikan tema utama penelitian, yaitu gambaran mengenai album musik. Selanjutnya, dilakukan pemetaan terkait aspek-aspek yang membuat album musik tersebut

---

<sup>48</sup>Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, (Jakarta: Grasindo, 2005), 168

<sup>49</sup>Fauziah Hamid Wada, *Buku Ajar Metode Penelitian*, (Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia, 2014), 132.

menarik untuk diteliti, seperti latar belakang adanya album musik, dan konsep album musik yang membentuk budaya populer. Selain itu tahap akhir yang dilakukan peneliti adalah menganalisis album musik menggunakan pendekatan seduksi Jean Baudrillard, khususnya dalam melihat elemen-elemen yang menggunakan simbol religius dalam album musik.

Pengelolaan data yang sudah dilakukan, kemudia dilanjutkan dengan teknik analisis data. Analisis data adalah proses mengumpulkan, mengorganisasi, mengolah, dan menafsirkan data untuk menemukan pola, informasi penting, atau kesimpulan yang bisa digunakan untuk mengambil keputusan atau menjawab pertanyaan penelitian.<sup>50</sup> Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan teori seduksi Jean Baudrillard. Analisis data dilakukan dengan cara mendengarkan, mengamati, dan menganalisis album musik *party at the mosque* di media sosial Youtube, untuk memahami bagaimana makna simbolik, citra, dan permainan tanda dalam album musik ini, dapat menunjukkan daya tarik visual.

---

<sup>50</sup>Arizka Alfajri, *Filosofi dan Konsep Dasar Ilmu Sosial*, (Jakarta: Edugorilla Community, 2016), 228-229.

## 1. Sistematika Penulisan

Agar data dalam penelitian ini tersusun secara sistematis dan memudahkan pembaca dalam memahami rangkaian informasi yang disajikan, penelitian ini disusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

**Bab I**, pendahuluan, pada bab ini berisikan pemaparan landasan mendasar mengenai penelitian “Fenomena Budaya Populer Pada Album musik *party at the mosque* Queen Fatimah di media sosial Youtube analisis seduksi Jean Baudrillard”, bagian ini berisi penjelasan mengenai latar belakang penelitian yang mengidentifikasi dan menganalisis fenomena budaya populer pada album musik di media sosial Yourube. Bab ini juga memuat rumusan masalah yang spesifik menjadi fokus penelitian, tujuan penelitian yang ingin dicapai, serta signifikansi penelitian untuk menyoroti pentingnya penelitian ini memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis. Definisi operasional memuat istilah-istilah kunci seperti “seduksi”, “fenomena”, media sosial, budaya populer, dan album musik, dijabarkan untuk memperjelas dan membatasi konteks pembahasan. Selain itu, tinjauan penelitian terdahulu memberikan konteks penelitian ini dalam wacana ilmiah. Kerangka teori Jean Baudrillard dijelaskan sebagai landasan analisis dan pijakan teoritis. Metode ilmiah diuraikan secara sistematis, meliputi pendekatan, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan dan analisis data. Sistematika penulisan dijelaskan untuk memberikan Gambaran struktur isi penelitian secara keseluruhan, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kajian terdahulu (literature review), metode penelitian, serta sistematika penulisan.

**Bab II**, landasan teori, pada bab ini akan diuraikan pembahasan terkait biografi dan konsep teori seduksi Jean Baudrillard, dalam menjelaskan konsep daya tarik (berahi), tanda, simbolis, dan makna. Konsep-konsep ini akan menjadi tumuan dalam analisis fenomena budaya populer pada album musik *party at the mosque* Queen Fatimah di media sosial Youtube.

**Bab III**, metode penelitian, pada bab ini menjelaskan jenis dan pendekatan yang akan digunakan dalam menyusun skripsi nantinya. Selain itu, dalam bab ini juga dijelaskan mengenai Lokasi penelitian, data dan sumber data penelitian, teknik yang digunakan selama mengumpulkan data, serta teknik dalam menganalisis data.

**Bab IV**, hasil dan pembahasan, pada bab ini akan dipaparkan hasil temuan penelitian setelah data-data yang terkumpul selesai dianalisis dengan teori dan pendekatan yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

**Bab V**, penutup, pada bab ini memuat kesimpulan dari penelitian, yang merangkum hasil analisis terkait fenomena budaya populer pada album musik *party at the mosque* Queen Fatimah di media sosial Youtube analisis seduksi Jean Baudrillard. Kesimpulan ini disajikan dalam bentuk poin-poin utama yang menjawab rumusan masalah. Bab ini juga menyajikan saran, yang mencakup saran praktis bagi konsumen dalam mengonsumsi musik di media sosial.