

Prolite - Kenapa Lagu Lawas Selalu Kembali Viral? Fenomena Musik yang Tak Pernah Mati!

Pernah nggak, kamu scroll TikTok dan tiba-tiba mendengar lagu yang dulu sering diputar di radio tahun 2000-an? Dari *"It's Gonna Be Me"* milik NSYNC, *"Complicated"* dari Avril Lavigne, sampai lagu Indonesia seperti *"Separuh Aku"* milik Noah — semuanya muncul lagi di For You Page.

Aneh tapi nyata, lagu-lagu yang bahkan udah berumur lebih dari satu dekade kini kembali mendominasi tren musik digital. Pertanyaannya, kenapa sih lagu lama bisa viral lagi di TikTok?

Fenomena "Revival Songs" di Era TikTok



Baca Juga: PS5 Mulai Uji Fitur Player Count, Gamer Kini Bisa Lihat Game yang Lagi Ramai Dimainkan

Istilah *revival songs* atau lagu lawas yang viral kembali bukan hal baru di industri musik, tapi TikTok benar-benar jadi mesin waktu bagi tren ini. Platform ini memungkinkan lagu-lagu lama “hidup kembali” lewat challenge, remix, atau video nostalgia yang relatable banget buat generasi sekarang.

Menurut laporan *Billboard 2025*, lebih dari 30% lagu yang kembali masuk tangga lagu global sebenarnya bukan rilis baru, melainkan lagu lama yang viral di TikTok.

Contohnya, “*Bring Me to Life*” (Evanescence, 2003) kembali trending karena digunakan di video *get ready with me (GRWM)* bertema gothic. Sementara itu, lagu “*Cinta Ini Membunuhku*” dari D’Masiv sempat viral di TikTok Indonesia setelah dijadikan *sound* untuk konten galau atau edit video slow motion bertema heartbreak.

Baca Juga: Fenomena “Zoomies” pada Kucing: Kenapa Mereka Tiba-Tiba Hyperaktif di Malam Hari?

Dari situ, algoritma TikTok mendorong lagu-lagu itu makin sering muncul — dan boom! Lagu 20 tahun lalu kembali naik chart digital.

Nostalgia: Senjata Ampuh yang Menyatukan Generasi

Salah satu alasan utama kenapa lagu lama kembali viral adalah faktor nostalgia. Menurut psikolog musik dari University of Cambridge, nostalgia dalam musik bisa menciptakan rasa koneksi emosional lintas generasi. Bagi generasi milenial, lagu itu jadi pengingat masa muda. Bagi Gen Z, lagu itu terasa “fresh” karena belum pernah mereka dengar, tapi tetap enak dan catchy.

Coba bayangkan, lagu-lagu seperti “*Let’s Groove*” (Earth, Wind & Fire) atau “*Torn*” (Natalie Imbruglia) kembali populer setelah muncul di challenge *#VintageVibes* TikTok 2025. Banyak

Gen Z yang bahkan mengira lagu itu baru rilis, padahal sudah lebih dari 20 tahun! Ini bukti bahwa musik lama punya daya tahan unik — bisa beradaptasi dengan konteks baru tanpa kehilangan pesonanya.

Faktor Viralitas: Dari Influencer hingga Beat yang Catchy



Ilustrasi mendengarkan musik - Freepik

Selain nostalgia, ada tiga faktor utama yang bikin lagu lama bisa viral lagi:

1. Influencer Power – Saat satu influencer besar menggunakan lagu tertentu di videonya, kemungkinan lagu itu viral langsung melonjak. Contohnya, lagu “*Beautiful Girls*” (Sean Kingston, 2007) naik lagi setelah digunakan dalam challenge dance oleh influencer Gen Z asal Korea pada Juni 2025.
2. Beat yang Menarik – Banyak lagu lawas punya hook kuat dan irama yang mudah diingat, cocok untuk potongan video 15-30 detik. Misalnya, bagian intro dari “*Barbie Girl*” atau “*Lovefool*” sering digunakan karena langsung catchy.
3. Remix dan Re-contextualization – Lagu lama sering di-remix dengan beat modern. Misalnya, “*Bila Aku Jatuh Cinta*” (2005) milik Nidji diubah menjadi versi lo-fi dan viral sebagai *sound* untuk konten belajar malam.

Lagu-Lagu 2000-an yang Kembali Naik Daun di 2025

Beberapa lagu yang berhasil menembus kembali tangga lagu digital di tahun 2025 antara lain:

- “*Umbrella*” – Rihanna ft. Jay-Z (viral lewat konten *outfit transition*)
- “*Kenangan Terindah*” – Samsons (dipakai di video nostalgia masa SMA)
- “*In the End*” – Linkin Park (jadi *soundtrack* video gaming)
- “*Laskar Pelangi*” – Nidji (viral di konten motivasi dan video pemandangan)

Fenomena ini bukan cuma nostalgia semata, tapi juga bukti bahwa lagu dengan komposisi kuat tetap relevan meskipun tren musik berubah. Dalam era cepat seperti sekarang, *timeless songs* selalu menemukan jalannya untuk kembali.

Algoritma dan Budaya Recycle Musik



Menariknya, TikTok dan platform musik digital kini punya algoritma yang mendorong pengguna untuk menemukan lagu-lagu lama yang sedang kembali populer.

Menurut laporan *Spotify Trends 2025*, pemutaran ulang lagu-lagu lawas meningkat 42% dibanding 2023. Algoritma mengenali “potensi viral” dari *sound pattern* dan engagement

video, sehingga musik lama bisa naik kembali ke spotlight.

Selain itu, budaya “recycle” di kalangan kreator konten ikut berperan besar. Banyak yang suka membuat ulang (recreate) tren lama dengan sentuhan baru. Jadi, bukan cuma lagu yang direvival, tapi juga *vibe* masa lalu yang dikemas modern.

Analisis Singkat: Media Sosial & Selera Musik Generasi Muda

TikTok dan Reels telah mengubah cara orang menemukan musik. Generasi muda sekarang lebih sering mendengar potongan lagu dulu, baru mencari versi penuhnya di Spotify atau YouTube. Ini menggeser cara promosi musik yang dulu bergantung pada radio atau konser.

Sosiolog budaya dari New York University, Dr. Emily Navarro (2025), menyebut fenomena ini sebagai *micro nostalgia culture*, di mana orang muda merasakan nostalgia terhadap sesuatu yang bahkan belum mereka alami langsung. Mereka mengadaptasi emosi, gaya, dan estetika masa lalu ke dalam konteks digital sekarang.

Lagu Lawas, Gaya Baru!

Jadi, kenapa lagu lama selalu viral lagi di TikTok? Karena mereka bukan cuma lagu — mereka adalah potongan kenangan yang bisa bertransformasi jadi tren baru. TikTok memberi wadah bagi generasi muda untuk “menemukan kembali” suara-suara masa lalu dengan cara yang fun dan kreatif.

Kalau kamu ingin ikut tren ini, coba deh selipkan lagu lawas favoritmu di video TikTok berikutnya. Siapa tahu, kamu justru jadi bagian dari kebangkitan lagu klasik berikutnya! Karena di dunia musik digital, yang lama bukan berarti usang — kadang justru jadi yang paling abadi.



Kenapa Lagu Lawas Selalu Kembali Viral? Fenomena Musik yang Tak Pernah Mati!



Baca Selanjutnya
Lagi, Binaan Astra Honda Melesat Kencang di Barcelona Ciptakan Sejarah Untuk Indonesia