

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh partisipan mahasiswa memanfaatkan YouTube sebagai sarana belajar praktik pertunjukan musik dengan intensitas yang beragam. Intensitas penggunaan YouTube yang terbesar, mahasiswa menggunakan YouTube setiap hari. Sementara itu intensitas terkecil mahasiswa yang menggunakan YouTube kurang dari dua hari. Partisipan menggunakan YouTube untuk mengamati teknik, gaya, dan ekspresi dari musisi profesional, yang mendukung pengembangan keterampilan dan pemahaman musikal mereka.

Sistem rekomendasi berbasis algoritma YouTube mendukung partisipan mahasiswa untuk menemukan konten yang relevan dengan kebutuhan akademik mereka. Sebagian partisipan menyadari potensi keterbatasan yang di sebabkan oleh "*filter bubble*", yaitu kecenderungan algoritma untuk menampilkan konten serupa dan membatasi eksplorasi ke genre atau jenis konten baru. Untuk itu partisipan menjadi kritis dan selektif dalam memilih konten, agar tidak terjebak dalam pola konsumsi yang monoton akibat sistem rekomendasi algoritma. Oleh karena itu, kesadaran terhadap cara kerja algoritma dan dampaknya terhadap eksplorasi musik menjadi kunci bagi mahasiswa untuk memaksimalkan potensi pembelajaran yang ditawarkan oleh YouTube.

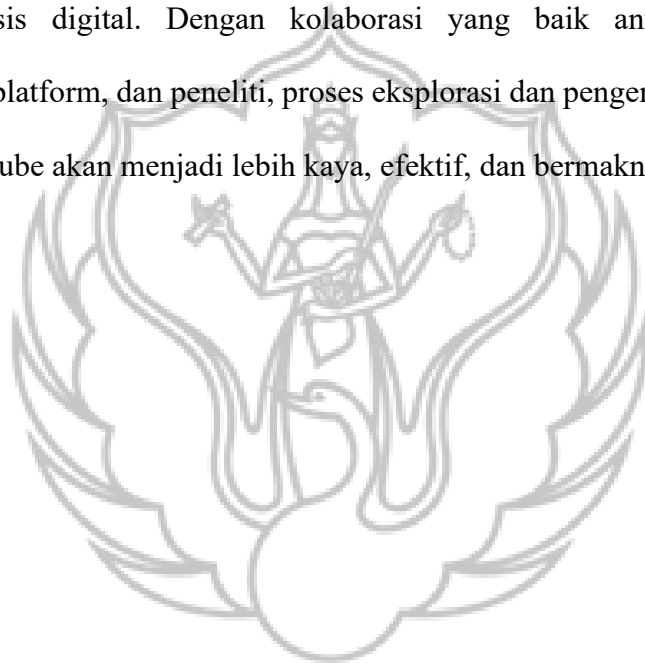
Dalam pemanfaatan YouTube, partisipan mahasiswa menunjukkan pola belajar mandiri yang beragam. Selain mengandalkan konten yang direkomendasikan oleh algoritma, mereka aktif dalam mencari dan memilih materi yang sesuai dengan kebutuhan. Proses ini mencerminkan kemandirian dan refleksi dalam pembelajaran, di mana mahasiswa mampu mengelola sumber belajar secara efektif. Hal ini menunjukkan bahwa YouTube telah bertransformasi menjadi lebih dari sekadar platform hiburan, melainkan telah menjadi bagian integral dari proses belajar musik di kalangan mahasiswa. Dengan akses yang mudah dan beragam konten edukatif, mahasiswa dapat mengembangkan keterampilan dan pemahaman musikal mereka secara mandiri. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi pengembangan strategi pembelajaran musik yang lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan individu di era digital.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan untuk meningkatkan pengalaman belajar mahasiswa musik di Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta melalui penggunaan YouTube. Penting bagi mahasiswa musik terus mengembangkan kesadaran kritis terhadap konten yang mereka konsumsi di YouTube. Mereka perlu aktif mencari variasi konten dan tidak hanya bergantung pada sistem rekomendasi algoritma sehingga dapat memperluas wawasan musikal dan menghindari keterbatasan yang mungkin ditimbulkan oleh sistem tersebut. Kemudian Pengembang platform YouTube diharapkan dapat meningkatkan transparansi dan keberagaman dalam sistem rekomendasi. Dengan

memperhatikan netralitas, algoritma dapat dirancang untuk mendorong eksplorasi yang lebih luas dan tidak hanya berfokus pada konten yang populer.

Dalam pengembangan Penelitian lebih lanjut di masa depan diperlukan untuk mengeksplorasi dampak jangka panjang dari penggunaan YouTube dalam pembelajaran musik, serta mengkaji cara mahasiswa dapat memanfaatkan teknologi digital secara lebih efektif dalam proses belajar untuk pertunjukan musik. Sebagai penutup, diharapkan saran-saran tersebut dapat menjadi pijakan bagi berbagai pihak untuk bersama-sama meningkatkan kualitas pembelajaran musik berbasis digital. Dengan kolaborasi yang baik antara mahasiswa, pengembang platform, dan peneliti, proses eksplorasi dan pengembangan musikal melalui YouTube akan menjadi lebih kaya, efektif, dan bermakna di masa depan.



DAFTAR PUSTAKA

- A. Rakhmetzhan, & L. Medukhanova. (2020). Influence of Social Media on Consumer Behavior Among University Students in Nairobi City County, Kenya. *European Journal of Business and Management*.
<https://doi.org/10.7176/ejbm/12-21-06>
- Achru Andi P. (2019). PENGEMBANGAN MINAT BELAJAR DALAM PEMBELAJARAN. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 3(2), 205.
<https://doi.org/10.24252/idaarah.v3i2.10012>
- Antolić, G., & Brkić, L. (2017). *Recommender System Based on the Analysis of Publicly Available Data*.
- Aris Setiawan. (2023, Maret 26). *Musik, AI, dan Hak Cipta*. kompas.id.
- Bateman, J. A. (2021). What are digital media? *Discourse, Context and Media*, 41.
<https://doi.org/10.1016/j.dcm.2021.100502>
- Castells, M. (2011). *The rise of the network society*. John Wiley & sons.
- Covington, P., Adams, J., & Sargin, E. (2016). Deep neural networks for youtube recommendations. *RecSys 2016 - Proceedings of the 10th ACM Conference on Recommender Systems*, 191–198. <https://doi.org/10.1145/2959100.2959190>
- Faozata, S., Program, A., Musik, S. P., & Pertunjukan, S. (2021). YouTube sebagai Media Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Konteks Hasil Pembelajaran Praktik Instrumen Violin Prodi Pendidikan Musik Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Dalam *Journal of Music Science* (Vol. 4, Nomor 1).
<https://jurnal.isi-dps.ac.id/index.php/jomsti/>
- Fitri, N., Herawan, E., & Febianti, Y. N. (2022). The Effects of Consumer Behavior and Digital Literacy on Consumption Patterns in Students. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 12(1), 85. <https://doi.org/10.24036/011166480>
- Haura, A. S. D. de F. and K. K. (2024). Musik Viral Dalam Peningkatan Brand Awareness Pada Konten TikTok. *EKSPRESI: Indonesian Art Journal*, 13(2).
- Herminingsih, H., Nurdin, N., & Saguni, F. (2022). *Pengaruh Youtube Sebagai Media Pembelajaran Dalam Perkembangan Kognitif, Afektif Dan Psikomotor Siswa. 1*. <https://kiiies50.uindatokarama.ac.id/>
- Huang & Jia. (2022). *Personalized Recommendation Algorithm Based on Rating System and User Interest Association Network*.
- Jones, R. H. (2022). Commentary: Critical Digital Literacies as Action, Affinity, and Affect. Dalam *TESOL Quarterly* (Vol. 56, Nomor 3, hlm. 1074–1080). John Wiley and Sons Inc. <https://doi.org/10.1002/tesq.3153>
- Leu, Patrick. (2024). Number of Apple Music Subscribers Worldwide 2015-2023. Statista. <https://www.statista.com/statistics/604959/number-of-apple-music-subscribers/#statisticContainer>
- Morris, J. W., & Powers, D. (2015). Control, curation and musical experience in streaming music services. *Creative Industries Journal*, 8(2), 106–122.
<https://doi.org/10.1080/17510694.2015.1090222>
- Muntinga, D. G., Moorman, M., & Smit, E. G. (2011). Introducing COBRAs. *International Journal of Advertising*, 30(1), 13–46.
- Permatasari, O. S. (2020). *MUSIK DIGITAL DITINJAU DARI PERSPEKTIF PERILAKU KONSUMEN PADA SAAT PEMBELIAN*.
- Philip, K. (2013). Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. *Gramedia Pustaka Utama*.

- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. PT Indeks.
- Putta, S., & Kulkarni, O. (2022). *Analytical Study of Content-Based and Collaborative Filtering Methods for Recommender Systems* (hlm. 613–625). https://doi.org/10.1007/978-981-19-5037-7_44
- Ray, M. B. (2017). Music Culture and Digital Technology. Dalam *Digital Connectivity and Music Culture* (hlm. 75–101). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-68291-4_4
- Sari, J. N., Nugroho, L. E., Santosa, P. I., & Ferdiana, R. (2018). The measurement of consumer interest and prediction of product selection in E-commerce using eye tracking method. *International Journal of Intelligent Engineering and Systems*, 11(1), 30–40. <https://doi.org/10.22266/ijies2018.0228.04>
- Saw, R. K., Kumar, S., & Mishra, N. (2023). Music Recommendation System Using Deep Learning. *International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology*, 11(4), 2804–2808. <https://doi.org/10.22214/ijraset.2023.50754>
- Spotify. (2024). *Quarterly results & financials*. Spotify Investor Relations. February 18, 2024, from <https://investors.spotify.com/financials/default.aspx#quarterly-results>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif*. Alfabeta.
- Triyana I Gusti Ngurah. (2021). *Pembelajaran Mandiri Perspektif Sosiolog*. 5.
- Wernicke, M., & Talmy, S. (2018). Interaction in qualitative questionnaires: From self-report to intersubjective achievement. Dalam *Applied Linguistics Review* (Vol. 9, Nomor 4, hlm. 513–537). De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/applirev-2017-0030>
- Wikström, P. (2020). *The music industry: Music in the cloud*. John Wiley & Sons.