

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi netnografi, wawancara dengan dua narasumber, serta analisis dokumentasi video TikTok yang menggunakan lagu “Sang Dewi” versi Lyodra, dapat disimpulkan bahwa TikTok memiliki peran strategis dalam membentuk ulang popularitas lagu-lagu lama melalui mekanisme distribusi algoritmik, fitur partisipatif, dan kultur kolektif digital. Lagu “Sang Dewi”, yang semula dikenal sebagai karya dari Titi DJ tahun 2001, mengalami regenerasi makna dan penerimaan baru oleh audiens muda berkat kekuatan visual dan emosional dalam konten TikTok.

Peran TikTok dalam proses viralitas ini dimungkinkan oleh keberadaan fitur-fitur seperti For You Page (FYP), audio reuse, serta dukungan analytics dan creator tools yang memungkinkan penyebaran konten secara luas dan terukur. Selain itu, partisipasi pengguna dalam bentuk video dance, narasi emosional, hingga cover vokal membentuk siklus distribusi yang organik, di mana pengguna tidak hanya sebagai konsumen, tetapi juga produsen nilai kultural dari lagu tersebut.

Viralitas “Sang Dewi” juga dipengaruhi oleh kekuatan ekspresif Lyodra sebagai penyanyi, aransemen ulang yang relevan secara emosional, serta kesesuaian struktur musikal lagu dengan tren konten di TikTok. Temuan ini menguatkan teori viralitas emosional (Berger & Milkman, 2012) dan konsep

platformisasi musik (Poell et al., 2021) yang menjelaskan bagaimana distribusi konten kini bergantung pada performa interaksi dan algoritma, bukan hanya kualitas estetik semata.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa TikTok berperan sebagai medium sentral dalam pembentukan tren musik digital kontemporer. Keberhasilan lagu “Sang Dewi” menembus kesadaran kolektif generasi baru merupakan bukti dari transformasi cara konsumsi dan distribusi musik di era media sosial.

B. Saran

Melalui hasil penelitian ini, terdapat sejumlah saran yang dapat disampaikan kepada pihak-pihak terkait, baik dalam ranah akademik maupun industri musik digital. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan agar kajian serupa dapat dilakukan dengan cakupan objek yang lebih luas. Penelitian mengenai viralitas musik di TikTok sebaiknya tidak hanya berfokus pada satu lagu tertentu, tetapi mencakup beberapa lagu yang mengalami regenerasi popularitas secara serentak. Hal ini akan memungkinkan pemetaan pola distribusi, jenis konten, dan bentuk partisipasi yang lebih beragam sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai ekosistem musik digital di platform tersebut. Pendekatan kuantitatif atau analisis algoritmik juga dapat dikembangkan untuk melengkapi metode netnografi, terutama guna mengkaji hubungan antara performa statistik dengan eksposur konten di For You Page.

Dalam praktik industri, khususnya bagi produser musik independen dan pelaku rekaman rumahan, hasil penelitian ini memberikan gambaran tentang

pentingnya memahami logika distribusi media sosial dalam proses produksi musik. Strategi kreatif dalam menciptakan bagian lagu yang mudah dipotong (hook), berdurasi pendek, dan mampu membangkitkan emosi menjadi semakin relevan dalam lanskap digital saat ini. Keberhasilan sebuah lagu bukan lagi ditentukan oleh promosi tradisional, melainkan oleh sejauh mana lagu tersebut dapat terintegrasi dengan gaya konten, selera visual, dan algoritma penyebaran yang berlaku di TikTok. Oleh karena itu, pelaku industri musik perlu lebih adaptif terhadap dinamika kreatif pengguna, serta terbuka terhadap potensi distribusi horizontal berbasis komunitas daring.

Selain itu, dari sisi pengembangan platform, TikTok sebagai media sosial yang sangat berpengaruh terhadap tren musik kontemporer juga diharapkan dapat meningkatkan transparansi fitur statistik dan kinerja konten. Dengan menyediakan analitik yang lebih rinci, kreator dan musisi dapat memahami pola interaksi audiens secara lebih akurat dan profesional. Dukungan terhadap pengembangan konten musik lokal melalui penyediaan fitur edukatif, promosi kreator pemula, maupun kurasi audio berdasarkan potensi artistik juga menjadi langkah yang patut dipertimbangkan. Dengan demikian, keberadaan TikTok tidak hanya berfungsi sebagai medium hiburan, tetapi juga sebagai sarana pembangunan ekosistem musik yang lebih adil, inklusif, dan berkelanjutan.

Lebih lanjut, penelitian ini juga membuka peluang bagi institusi pendidikan seni untuk meninjau ulang pendekatan pengajaran musik dalam menghadapi perubahan lanskap distribusi dan konsumsi karya. Integrasi pengetahuan mengenai distribusi digital, algoritma media sosial, dan strategi promosi berbasis platform

perlu dimasukkan dalam kurikulum agar calon musisi dan produser muda memiliki kesiapan adaptif yang tinggi terhadap dinamika industri musik saat ini. Hal ini menjadi penting agar lulusan tidak hanya mumpuni secara musikal, tetapi juga memahami ekosistem digital sebagai ruang kerja dan ruang performatif baru bagi musik kontemporer.

Terakhir, bagi komunitas pengguna dan kreator konten di TikTok, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi tentang bagaimana peran mereka dalam menentukan arah popularitas lagu tidak hanya bersifat pasif sebagai pendengar, melainkan aktif sebagai co-curator budaya digital. Kesadaran ini penting untuk membangun praktik penggunaan musik yang lebih apresiatif, etis, dan kolaboratif—baik dalam penggunaan ulang audio, interpretasi visual, maupun dalam mendukung karya musisi lokal secara autentik melalui interaksi, kolaborasi, dan diseminasi konten yang bermakna.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, C. (2020). *Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility Labours*. Cultural Science Journal, 12(1), 77–103. <https://doi.org/10.5334/csci.140>
- Baym, N. K. (2018). *Playing to the Crowd: Musicians, Audiences, and the Intimate Work of Connection*. New York University Press.
- Berger, J., & Milkman, K. L. (2012). What Makes Online Content Go Viral? *Journal of Marketing Research*, 49(2), 192–205. <https://doi.org/10.1509/jmr.10.0353>
- Boeker, M., & Urman, A. (2022). An Empirical Investigation of Personalization Factors on TikTok. ArXiv.
- Burgess, J., & Green, J. (2018). *YouTube: Online Video and Participatory Culture* (2nd ed.). Cambridge: Polity Press.
- Creswell, J. W. (2018). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Detikhot. (2022, August 31). Lirik Lagu Sang Dewi – Lyodra dan Titi DJ. Retrieved from <https://hot.detik.com/music>
- Hakim, P. N. (2024). Peran Algoritma Media Sosial dalam Pembentukan Tren Musik: Studi Tentang Lagu Viral di TikTok. *Jurnal Wahana Suara*, 8(1), hlm. 78–95.
- Haynes, J., & Marshall, L. (2018). Reluctant entrepreneurs: Musicians and entrepreneurship in the “new” music industry. *The British Journal of Sociology*, 69(2), 459–482. <https://doi.org/10.1111/1468-4446.12286>
- Iconosquare. (n.d.). A Simple Guide to Using TikTok Sounds. Retrieved from <https://www.iconosquare.com/blog/a-simple-guide-to-using-tiktok-sounds>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. London: SAGE Publications.
- Lessig, L. (2008). *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. Penguin Press.
- Ling, C., Blackburn, J., De Cristofaro, E., & Stringhini, G. (2022). Slapping Cats, Bopping Heads, and Oreo Shakes: Understanding indicators of virality in TikTok short videos. *Proceedings of the ACM Web Science Conference*, 164–173. <https://doi.org/10.1145/3501247.3531551>

- Lyodra Ginting. (2022). Sang Dewi [Single]. Universal Music Indonesia.
- Lyodra Official YouTube Channel. (2022). Sang Dewi - Lyodra (Official Music Video). Retrieved from [<https://www.youtube.com/watch?v=...>]
- Matos, B., Galuppo, F., Cordeiro, R., & Figueiredo, F. (2024, November 2). I've Heard This Before: Initial Results on TikTok's Impact On the Re-Popularization of Songs (Tech. Rep.). arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2411.01239>
- Mauch, M., MacCallum, R. M., Levy, M., & Leroi, A. M. (2015). The evolution of popular music: USA 1960–2010. *Royal Society Open Science*, 2(5), 150081. <https://doi.org/10.1098/rsos.150081>
- Morris, J. W. (2020). Music platforms and the optimization of culture. *Social Media + Society*, 6(3). <https://doi.org/10.1177/2056305120940696>
- Negus, K. (1996). *Popular Music in Theory: An Introduction*, Polity Press.
- Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*, 20(11), 4275–4292. <https://doi.org/10.1177/1461444818769694>
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Poell, T., Nieborg, D., & van Dijck, J. (2021). *Platforms and Cultural Production*. Polity Press.
- Prey, R. (2020). Locating power in platformization: Music streaming playlists and curatorial power. *Social Media + Society*, 6(2), 1–12. <https://doi.org/10.1177/2056305120933291>
- Rentfrow, P. J., & Gosling, S. D. (2003). The Do Re Mi's of Everyday Life: The Structure and Personality Correlates of Music Preferences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(6), 1236–1256.
- SoundOn Global. (2023). The Power of Sound: How TikTok is Transforming Music Discovery. <https://www.soundon.global/blog/power-of-sound> (diakses 5 Juni 2025)
- Spotify. (2024). Sang Dewi by Lyodra. Retrieved from [<https://open.spotify.com>]
- TikTok Newsroom. (2023). How TikTok is changing the way fans discover music. TikTok Newsroom. <https://newsroom.tiktok.com/en-us/how-tiktok-is-changing-the-way-fans-discover-music> (diakses 5 Juni 2025)
- van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.

- Winkler, D., Hotz-Behofsits, C., Wlömmert, N., Papies, D., & Liaukonytė, J. (2024). The Impact of Social Media on Music Demand: Evidence from a Quasi-Natural Experiment (Working Paper No. 2405.14999). arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2405.14999>
- Yellowbrick. (2023). The Impact of TikTok on Social Media. Diakses dari <https://www.yellowbrick.co/blog/music/the-impact-of-tiktok-on-social-media>.
- Yin, R. K. (2018). Case Study Research and Applications: Design and Methods (6th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Zhou, R. (2024). Understanding the impact of TikTok's recommendation algorithm on user engagement. *International Journal of Computer Science and Information Technology*, 3(2), 201–208. <https://doi.org/10.62051/ijcsit.v3n2.24>

