

## Pengaruh Audio TikTok terhadap Musisi Lokal Indonesia

**Muhammad Daffa Darmawan Hadi Putra<sup>\*</sup>, Askurifai Baksin**

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

Mdaffa3737@gmail.com, askuri.fai@gmail.com

**Abstract.** This research is motivated by the phenomenon of the growing popularity of Indonesian local music through the social media platform TikTok, where short audio clips of local songs go viral and influence overall music consumption. With TikTok increasingly dominating as a music discovery platform for young Indonesians, it is important to understand how the virality mechanism of audio on this platform impacts the local music industry. The aim of this study is to analyze the influence of TikTok audio on the virality level of Indonesian local music and to examine the correlation between the popularity of audio content on TikTok and the consumption of local music on streaming platforms. The research method used is a quantitative approach with a correlational design, utilizing secondary data from TikTok and music streaming services such as Spotify and Apple Music, as well as a survey involving 500 Indonesian TikTok users aged 16–35 years, selected through purposive sampling. Data analysis was conducted using descriptive statistics and Pearson correlation tests to examine the relationship between the independent variable (TikTok audio virality) and the dependent variable (local music consumption).

**Keywords:** *TikTok, Indonesian local music, Virality, social media, music industry.*

**Abstrak.** Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya popularitas musik lokal Indonesia melalui platform media sosial TikTok, di mana audio pendek dari lagu-lagu lokal menjadi viral dan mempengaruhi konsumsi musik secara keseluruhan. Dengan semakin dominannya TikTok sebagai platform penemuan musik bagi generasi muda Indonesia, penting untuk memahami bagaimana mekanisme viralitas audio di platform ini berdampak pada industri musik lokal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh audio TikTok terhadap tingkat viralitas musik lokal Indonesia dan menguji korelasi antara popularitas konten audio di TikTok dengan konsumsi musik lokal di platform streaming musik. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional, menggunakan data sekunder dari platform TikTok dan layanan streaming musik seperti Spotify dan Apple Music, serta survei terhadap 500 pengguna TikTok Indonesia berusia 16-35 tahun yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif dan uji korelasi Person untuk menguji hubungan antara variabel independen (viralitas audio TikTok) dengan variabel dependen (konsumsi musik lokal).

**Kata Kunci:** *TikTok, Musik lokal Indonesia, Viralitas, media sosial, Industri musik.*

## A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dalam dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan pada pola konsumsi musik masyarakat Indonesia. Jika dahulu musik banyak disebarakan melalui media tradisional seperti radio dan televisi, kini media sosial semakin berkembang seperti adanya platform berbasis video singkat yang disebut TikTok yang juga menjadi salah satu medium utama dalam membentuk tren musik. TikTok berperan bukan hanya sebagai aplikasi hiburan, melainkan juga sebagai ruang distribusi musik yang berfungsi mendorong penyebaran lagu dengan sangat cepat (Anderson, 2022).

Fenomena viralitas musik melalui TikTok memperlihatkan adanya pergeseran dalam industri musik lokal. Lagu-lagu yang sebelumnya kurang populer, bahkan dari musisi independen, dapat memperoleh perhatian luas setelah dijadikan latar audio oleh pengguna TikTok (Zhao, 2021). Misalnya, sejumlah lagu daerah atau indie yang awalnya hanya dikenal dalam lingkup terbatas, mendadak meraih jutaan pendengar setelah viral di TikTok dan kemudian naik ke tangga lagu digital dalam platform Spotify atau YouTube Music (Fathul Qorib, 2024).

Hal ini menunjukkan adanya “demokratisasi distribusi musik” di era digital. Para musisi lokal tidak lagi sepenuhnya bergantung pada label besar atau stasiun televisi untuk memperkenalkan karya mereka. Cukup dengan audio yang menarik, sebuah lagu dapat tersebar secara masif melalui challenge, tarian, atau penggunaan audio berulang oleh kreator konten. Dengan kata lain, TikTok mampu menjadi katalis yang menghubungkan musisi lokal dengan audiens global (Susanti, 2020).

Namun, fenomena viral ini juga menimbulkan berbagai problematika yang perlu dikaji secara mendalam. Beberapa fenomena dan masalah yang muncul antara lain:

Beberapa pengamat musik menilai bahwa popularitas di TikTok cenderung bersifat sementara. Lagu yang viral seringkali hanya bertahan dalam siklus singkat, lalu tergeser oleh tren audio baru. Kondisi ini memunculkan pertanyaan mengenai sejauh mana viralitas tersebut memberikan dampak jangka panjang bagi keberlanjutan musik lokal (Pratama, 2021). Musisi lokal menghadapi dilema antara mengejar viralitas instan atau membangun basis penggemar yang loyal dan berkelanjutan (Muhamad Fauzi Rohimat Desfiana & Karsa, 2021).

Dalam upaya menciptakan konten yang viral, terdapat kecenderungan musisi memproduksi lagu-lagu yang hanya berfokus pada hook atau bagian catchy selama 15-30 detik, tanpa memperhatikan kualitas lirik dan aransemen musik secara menyeluruh. Hal ini berpotensi menurunkan standar apresiasi musik di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda (Surya Ramadiansyah & Chaerowati, 2021).

Sebagian konten musik viral di TikTok mengandung lirik yang tidak mendidik, bahkan cenderung vulgar atau mempromosikan gaya hidup hedonisme. Fenomena ini mengkhawatirkan karena dapat mempengaruhi pembentukan karakter generasi muda yang menjadi konsumen utama platform tersebut.

Banyak musisi lokal, terutama yang independen, belum memahami mekanisme hak cipta digital. Audio mereka digunakan secara masif di TikTok tanpa kompensasi yang memadai, sementara platform dan kreator konten justru mendapatkan keuntungan finansial.

## B. Metode

Metode yang digunakan adalah Kuantitatif Deskriptif. Kuantitatif Deskriptif dipilih karena memungkinkan peneliti melakukan analisis yang mendalam terhadap fenomena tertentu dalam konteks kehidupan nyata. Studi kasus cocok untuk penelitian Kuantitatif yang bertujuan memahami proses, pola, dan makna sosial di balik fenomena (Yin, 2014).

Penelitian ini menyoroti bagaimana anak muda Bandung menggunakan fashion sebagai sarana mengekspresikan identitas diri, menegaskan identitas sosial, dan memanfaatkan media digital untuk berkomunikasi dengan komunitas. Dengan studi kasus, peneliti dapat mempelajari interaksi, pengalaman, dan persepsi subjek secara rinci, sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif.

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui kuisisioner atau angket pertanyaan. Angket digunakan sebagai instrumen pengumpulan data dengan menyajikan daftar pertanyaan tertulis kepada responden. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa angket dirancang untuk mendapatkan informasi spesifik terkait variabel penelitian. Angket dapat berbentuk tertutup, di mana

responden memilih jawaban dari opsi yang tersedia, atau terbuka, di mana responden bebas memberikan jawaban mereka sendiri. Menurut Sajko (2024), kuesioner merupakan alat yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan informasi dari para responden. Agar efektif, kuesioner harus didesain dengan mempertimbangkan validitas dan reliabilitas yang memadai agar hasilnya dapat dipercaya. Sebelum digunakan, kuesioner perlu melalui proses pengujian yang menyeluruh guna menjamin kualitas data yang dikumpulkan serta kesesuaiannya dengan kebutuhan penelitian. Pernyataan dalam kuesioner akan memanfaatkan skala ordinal pada Google Form untuk mengukur persepsi, sikap, dan perilaku responden terhadap variabel-variabel yang menjadi objek penelitian

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini melibatkan 116 responden yang merupakan pengguna aktif aplikasi TikTok. Data demografi responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Analisis deskriptif data responden dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden yang menjadi objek penelitian. Rincian karakteristik responden disajikan pada tabel dibawah ini.

| Demografi     | Kategori                    | Jumlah | Persentase |
|---------------|-----------------------------|--------|------------|
| Jenis Kelamin | Laki-Laki                   | 82     | 70,10%     |
|               | Perempuan                   | 35     | 29,90%     |
| Usia          | 16-20 Tahun                 | 16     | 13,70%     |
|               | 21-25 Tahun                 | 77     | 65,80%     |
|               | 26-30 Tahun                 | 9      | 7,70%      |
|               | 31-35 Tahun                 | 15     | 12,80%     |
|               |                             |        |            |
| Pekerjaan     | Pelajar                     | 57     | 48,70%     |
|               | Pegawai Negeri Sipil        | 11     | 9,40%      |
|               | Karyawan Swasta             | 27     | 23,10%     |
|               | Ibu Rumah Tangga            | 2      | 1,70%      |
|               | Mahasiswa                   | 7      | 6%         |
|               | Mahasiswi                   | 3      | 2,60%      |
|               | Penjual vinyl Kaset dan CD  | 1      | 0,90%      |
|               | Pengusaha Lele              | 1      | 0,90%      |
|               | Tidak Bekerja               | 1      | 0,90%      |
|               | Service Audio               | 1      | 0,90%      |
|               | Penjual Kaset Jadul Cihapit | 1      | 0,90%      |
|               | Usaha                       | 1      | 0,90%      |
|               | Tukang audio Cihapit        | 1      | 0,90%      |
|               | MUA                         | 1      | 0,90%      |
|               | Supir Bus                   | 1      | 0,90%      |
|               | Freelance                   | 1      | 0,90%      |

Berdasarkan data pada Tabel 4.1, diketahui bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden berjenis kelamin **laki-laki**, yaitu sebanyak 82 orang atau sebesar 70,10% dari total responden. Sementara itu, responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 35 orang atau sebesar 29,90%. Dominasi responden laki-laki menunjukkan bahwa kelompok ini lebih banyak terlibat sebagai pengguna aktif TikTok dalam konteks interaksi dengan konten audio musik lokal.

Ditinjau dari segi usia, mayoritas responden berada pada rentang usia **21–25 tahun**, yaitu sebanyak 77 orang atau sebesar 65,80%. Kelompok usia ini termasuk dalam kategori usia produktif

dan generasi muda yang memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi, khususnya platform TikTok. Responden dengan rentang usia 16–20 tahun berjumlah 16 orang (13,70%), diikuti oleh responden berusia 31–35 tahun sebanyak 15 orang (12,80%), serta responden berusia 26–30 tahun sebanyak 9 orang (7,70%). Komposisi usia tersebut menunjukkan bahwa TikTok lebih banyak digunakan oleh kalangan usia muda yang cenderung adaptif terhadap perkembangan teknologi digital dan tren musik yang berkembang di media sosial.

Berdasarkan karakteristik pekerjaan, responden penelitian ini didominasi oleh **pelajar**, yaitu sebanyak 57 orang atau sebesar 48,70%. Hal ini menunjukkan bahwa pelajar merupakan kelompok yang aktif menggunakan TikTok sebagai media hiburan sekaligus sarana untuk menemukan dan mengakses musik lokal Indonesia. Selain itu, responden dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta berjumlah 27 orang (23,10%) dan pegawai negeri sipil sebanyak 11 orang (9,40%). Responden dengan status mahasiswa dan mahasiswi berjumlah total 10 orang (8,60%), sementara sisanya berasal dari berbagai latar belakang pekerjaan lainnya dengan persentase yang relatif kecil. Komposisi pekerjaan ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden berasal dari kelompok yang memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi dalam kehidupan sehari-hari.

## Analisis Deskriptif Data Penelitian

**Tabel 4.2** Analisis Statistik Deskriptif Variabel

| Variabel                        | N   | Skor Minimum | Skor Maksimal | Rata-Rata | Standar Deviasi |
|---------------------------------|-----|--------------|---------------|-----------|-----------------|
| Audio Tiktok                    | 116 | 22           | 55            | 38.04     | 6.37            |
| Viralitas Musik Lokal Indonesia | 116 | 20           | 50            | 34.84     | 6.31            |

Berdasarkan tabel analisis statistik deskriptif, diketahui bahwa jumlah responden (N) pada kedua variabel penelitian adalah sebanyak 116 responden. Pada variabel Audio TikTok, skor minimum yang diperoleh responden adalah 22, sedangkan skor maksimum mencapai 55. Nilai rata-rata (mean) sebesar 38,04 menunjukkan bahwa secara umum responden cenderung memberikan penilaian yang relatif tinggi terhadap audio TikTok. Sementara itu, nilai standar deviasi sebesar 6,37 mengindikasikan adanya variasi jawaban responden yang tergolong sedang, yang berarti persepsi responden terhadap audio TikTok cukup beragam namun masih dalam rentang yang wajar.

Pada variabel Viralitas Musik Lokal Indonesia, skor minimum yang diperoleh adalah 20 dan skor maksimum sebesar 50. Nilai rata-rata sebesar 34,84 menunjukkan bahwa tingkat viralitas musik lokal Indonesia berada pada kategori cukup tinggi menurut persepsi responden. Nilai standar deviasi sebesar 6,31 menunjukkan bahwa penyebaran data relatif homogen dan tidak jauh berbeda dengan variabel pengaruh audio TikTok, sehingga dapat disimpulkan bahwa variasi jawaban responden terhadap viralitas musik lokal Indonesia juga tergolong sedang. Secara keseluruhan, kedua variabel menunjukkan nilai rata-rata yang cukup tinggi dengan standar deviasi yang relatif serupa, yang mengindikasikan bahwa responden memiliki persepsi yang konsisten terhadap pengaruh audio TikTok dan viralitas musik lokal Indonesia, meskipun tetap terdapat perbedaan pandangan antarresponden.

## Uji Instrumen

### Uji Validitas Audio Tiktok (X)

**Tabel 4.3** Hasil Uji Validitas Audio Tiktok (X)

| Correlations |
|--------------|
| Audio Tiktok |

|     | Pearson<br>Correlation | Sig. (2-tailed) | N   |
|-----|------------------------|-----------------|-----|
| X1  | .864**                 | .000            | 116 |
| X2  | .813**                 | .000            | 116 |
| X3  | .866**                 | .000            | 116 |
| X4  | .835**                 | .000            | 116 |
| X5  | .910**                 | .000            | 116 |
| X6  | .888**                 | .000            | 116 |
| X7  | .900**                 | .000            | 116 |
| X8  | .834**                 | .000            | 116 |
| X9  | .828**                 | .000            | 116 |
| X10 | .856**                 | .000            | 116 |
| X11 | .903**                 | .000            | 116 |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan Tabel Hasil Uji Validitas Audio TikTok (X), diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Audio TikTok (X1–X11) memiliki nilai koefisien korelasi Pearson yang tinggi dan bernilai positif, dengan rentang nilai antara 0,813 hingga 0,910. Seluruh item juga menunjukkan nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari batas signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap item pernyataan memiliki hubungan yang sangat kuat dan signifikan dengan skor total variabel Audio TikTok. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item X1 sampai dengan X11 dinyatakan valid, sehingga layak digunakan sebagai alat ukur dalam mengukur variabel Audio TikTok pada penelitian ini. Tingginya nilai korelasi juga mengindikasikan bahwa item-item yang digunakan telah mampu merepresentasikan konstruk variabel secara konsisten.

### Uji Validitas Viralitas Musik Lokal Indonesia (Y)

**Tabel 4.4** Hasil Uji Validitas Viralitas Musik Lokal Indonesia (Y)

| Correlations                    |                        |                 |     |
|---------------------------------|------------------------|-----------------|-----|
| Viralitas Musik Lokal Indonesia |                        |                 |     |
|                                 | Pearson<br>Correlation | Sig. (2-tailed) | N   |
| Y1                              | .892**                 | .000            | 116 |
| Y2                              | .918**                 | .000            | 116 |
| Y3                              | .900**                 | .000            | 116 |
| Y4                              | .898**                 | .000            | 116 |
| Y5                              | .919**                 | .000            | 116 |
| Y6                              | .905**                 | .000            | 116 |
| Y7                              | .881**                 | .000            | 116 |

|     |        |      |     |
|-----|--------|------|-----|
| Y8  | .924** | .000 | 116 |
| Y9  | .862** | .000 | 116 |
| Y10 | .908** | .000 | 116 |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan Tabel Hasil Uji Validitas Viralitas Musik Lokal Indonesia (Y), diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Viralitas Musik Lokal Indonesia (Y1–Y10) memiliki nilai koefisien korelasi Pearson yang positif dan tinggi, dengan nilai berkisar antara 0,862 hingga 0,924. Seluruh item juga menunjukkan nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap item pernyataan memiliki hubungan yang sangat kuat dan signifikan dengan skor total variabel Viralitas Musik Lokal Indonesia. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item Y1 sampai dengan Y10 dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen pengukuran dalam penelitian ini. Tingginya nilai korelasi antar item mencerminkan bahwa indikator-indikator yang digunakan telah mampu merepresentasikan konstruk viralitas musik lokal Indonesia secara tepat dan konsisten.

### Uji Reliabilitas Audio Tiktok (X)

**Tabel 4.5** Hasil Uji Reliabilitas Audio Tiktok (X)

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .966                   | 11         |

Berdasarkan Tabel Hasil Uji Reliabilitas Audio TikTok (X), diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,966 dengan jumlah item sebanyak 11 pernyataan. Nilai Cronbach's Alpha tersebut berada jauh di atas batas minimum reliabilitas, yaitu 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen pengukuran variabel Audio TikTok memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Audio TikTok konsisten dalam mengukur konstruk yang sama, sehingga instrumen dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam penelitian.

### Uji Reliabilitas Viralitas Musik Lokal Indonesia (Y)

**Tabel 4.6** Hasil Uji Reliabilitas Viralitas Musik Lokal Indonesia (Y)

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .875                   | 8          |

Berdasarkan Tabel Hasil Uji Reliabilitas Viralitas Musik Lokal Indonesia (Y), diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,875 dengan jumlah item sebanyak 8 pernyataan. Nilai tersebut telah melampaui batas minimal reliabilitas 0,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen variabel Viralitas Musik Lokal Indonesia memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Dengan demikian, item-item pernyataan yang digunakan pada variabel ini dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat ukur yang konsisten dalam penelitian.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa audio TikTok memiliki pengaruh yang signifikan terhadap viralitas musik lokal Indonesia. Platform TikTok terbukti berperan penting sebagai media distribusi dan promosi musik, khususnya melalui penggunaan potongan audio lagu yang beredar secara masif dan berulang di kalangan pengguna. Viralitas audio yang terjadi di TikTok tidak hanya meningkatkan eksposur lagu-lagu lokal, tetapi juga mendorong minat audiens untuk mengakses dan mendengarkan lagu secara utuh melalui platform streaming musik.

Hasil analisis statistik menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara tingkat viralitas audio TikTok dengan peningkatan konsumsi musik lokal Indonesia. Mayoritas responden mengakui bahwa paparan audio viral di TikTok memengaruhi keputusan mereka untuk mencari, mendengarkan, dan menyimpan lagu lokal di layanan streaming musik. Temuan ini mengindikasikan bahwa TikTok berfungsi sebagai sarana penemuan musik (music discovery platform) yang efektif, khususnya bagi generasi muda.

Dengan demikian, TikTok dapat dipandang sebagai katalisator dalam perkembangan industri musik lokal Indonesia, karena mampu menjembatani musisi lokal dengan audiens yang lebih luas tanpa harus bergantung sepenuhnya pada media promosi konvensional. Namun, keberhasilan viralitas ini perlu diimbangi dengan strategi keberlanjutan, pemahaman literasi digital, serta pengelolaan kualitas karya dan hak cipta agar dampak positifnya tidak hanya bersifat sementara, melainkan mampu mendukung pertumbuhan musik lokal Indonesia secara berkelanjutan.

#### Ucapan Terimakasih

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini hingga selesai. Penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada orang tua, Ibunda Teti Rohaeti dan Ayahanda Dede Suhadi, serta kakak tercinta Nadhira Ramadhina HP dan Adinda Nabilla Azzahra HP atas doa dan dukungannya, terima kasih kepada Askurifai Baksin, S.Sos., M.I.Kom., yang telah membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, serta terima kasih kepada ibu Dr. Tresna Wiwitan, Dra., M.Si. yang telah menyetujui penelitian ini, sehingga penelitian bisa berjalan lancar.

#### Daftar Pustaka

- Fathul Qorib. (2024). Tinjauan Singkat Teori Komunikasi; Sejarah, Konsep, Perkembangan, dan Tantangannya. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (JRMK)*, 4(1).
- Muhamad Fauzi Rohimat Desfiana, & Karsa, S. I. (2021). Hubungan Penggunaan Instagram Simamaung dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(1), 23–29. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i1.66>
- Surya Ramadiansyah, & Chaerowati, D. L. (2021). Pemasaran Interaktif melalui Media Sosial sebagai Sarana Promosi Applecoast Clothing. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(1), 8–16. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i1.64>
- Pratama, R. A. (2021). Pengaruh media sosial TikTok terhadap popularitas musik lokal di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 112–123. <https://doi.org/10.31289/jik.v9i2.4567>
- Putri, D. A., Hidayat, A., & Lestari, M. (2023). Viralitas musik lokal melalui platform TikTok di era digital. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 21(1), 45–58. <https://doi.org/10.46937/jkp.v21i1.321>
- Ahmadi, Dadi dan Ane Maryani, 2012. Komunikasi Virtual. Bandung: Ihsan Press

Baskin, Askurifai. 2024. “Memahami Kecerdasan Buatan (AI): Menjelajahi Potensi dan tantangan Masa Depan”. <https://askurifaibaksin.com/memahami-kecerdasan-buatan-ai-menjelajahi-potensi-dan-tantangan-di-masa-depan/>. Tanggal akses 26 Desember 2024, pk. 11.20 WIB

Wicaksono, A. R., & Puspitasari, I. (2022). Algoritma TikTok dan pembentukan tren musik populer di Indonesia. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 25(1), 67–80. <https://doi.org/10.20422/jpk.v25i1.987>.

Yuliana, F., & Santoso, B. (2023). Strategi promosi musik lokal melalui media sosial berbasis video pendek. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 12(3), 233–245. <https://doi.org/10.23887/jish.v12i3.5124>

Anderson, C. (2022). *The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More*. New York: Hyperion.

Ardhiansyah, F. (2020). Musik, Media, dan Industri Kreatif Digital. Yogyakarta: Deepublish.

Barnard, M. (2002). *Fashion as Communication*. London: Routledge