

Peran Algoritma Media Sosial dalam Pembentukan Tren Musik: Studi Tentang Lagu Viral di TikTok

Putri Nabila Hakim

Universitas Negeri Mataram
 E-mail : putrinabila02@gmail.com

Keywords:	Abstract
<p><i>Digital music, TikTok, Music trends, Social media,</i></p>	<p><i>This study examines the role of TikTok's algorithm in shaping global music trends and song virality through a qualitative approach. TikTok uses a machine learning-based recommendation system that analyzes user interactions, such as watch time and social participation, to promote content. The research finds that TikTok's algorithm not only curates but also predicts the potential virality of songs, particularly popular music genres like pop and hip-hop. Additionally, geographic bias was identified, with artists from the United States and Europe having a higher likelihood of going viral compared to artists from other regions. While TikTok provides opportunities for independent musicians, the sustainability of viral song popularity remains a challenge. These findings highlight significant shifts in music promotion strategies, with the algorithm becoming a key element in the modern music ecosystem. The study suggests the need for continuous adaptation by artists and industry players in the digital era.</i></p>

Kata Kunci:	Abstrak
<p><i>Musik digital, TikTok, Tren musik, Media sosial,</i></p>	<p>Penelitian ini mengkaji peran algoritma TikTok dalam pembentukan tren musik global dan viralitas lagu melalui pendekatan kualitatif. TikTok menggunakan sistem rekomendasi berbasis machine learning yang menganalisis interaksi pengguna, seperti waktu tonton dan partisipasi sosial, untuk mempromosikan konten. Penelitian ini menemukan bahwa algoritma TikTok tidak hanya mengkurasi, tetapi juga memprediksi potensi viralitas lagu, terutama genre musik populer seperti pop dan hip-hop. Selain itu, ditemukan bias geografis, di mana artis dari Amerika Serikat dan Eropa memiliki peluang lebih besar untuk viral dibandingkan dengan artis dari wilayah lain. Sementara TikTok memberikan peluang bagi musisi independen, keberlanjutan popularitas lagu yang viral tetap menjadi tantangan. Temuan ini menunjukkan perubahan signifikan dalam strategi promosi musik, dengan</p>

	algoritma menjadi elemen kunci dalam ekosistem musik modern. Penelitian ini menyarankan perlunya adaptasi berkelanjutan bagi artis dan pelaku industri musik di era digital.
--	--

PENDAHULUAN

Musik telah lama menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia, berkembang seiring dengan perubahan sosial dan teknologi. Pada era digital saat ini, platform media sosial telah memainkan peran penting dalam penyebaran musik, membuka peluang baru bagi musisi dan pencipta konten untuk memperkenalkan karya mereka kepada audiens global. Salah satu platform yang menonjol dalam hal ini adalah TikTok, sebuah aplikasi berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi konten kreatif, termasuk video dengan latar musik (Aksenta et al., 2023; Fikriyyah & Kurniawan, 2022; Harto et al., 2023; Rahayu et al., 2024; Rimayati, 2023; Saputra et al., 2023). TikTok telah menjadi fenomena global, bukan hanya karena formatnya yang sederhana dan menarik, tetapi juga karena kemampuannya untuk menciptakan tren musik yang viral. Hal ini telah mengubah dinamika tradisional industri musik, di mana popularitas lagu kini sering kali ditentukan oleh seberapa luas pengguna TikTok mengadopsi dan mempromosikan lagu tersebut melalui konten (Dewi & Kebudayaan, 2024; Harahap, 2022; Oktariani, 2023; Rahardaya, 2021; Sagala & Pamungkas, 2023; Widiawanti & Anom, 2023).

TikTok, yang diluncurkan pada 2016 oleh perusahaan Tiongkok, ByteDance, mengalami lonjakan popularitas yang luar biasa terutama di kalangan generasi muda. Aplikasi ini memberikan panggung bagi berbagai genre musik, termasuk yang sebelumnya kurang dikenal di arus utama. Lagu-lagu yang viral di TikTok tidak hanya mendominasi tangga lagu platform streaming seperti Spotify dan Apple Music, tetapi juga mempengaruhi tren musik di radio dan media massa lainnya (Martini & Dewi, 2021). Fenomena ini memunculkan pertanyaan penting tentang bagaimana algoritma TikTok berperan dalam pembentukan tren musik global. Algoritma tersebut, yang didesain untuk menampilkan konten berdasarkan preferensi dan interaksi pengguna, tampaknya memainkan peran signifikan dalam menyeleksi dan menyebarkan lagu-lagu yang berpotensi viral. Namun, mekanisme detail dan implikasi jangka panjang dari fenomena ini masih memerlukan kajian mendalam.

State of the art penelitian terkait algoritma media sosial dan musik menunjukkan bahwa banyak studi sebelumnya berfokus pada peran algoritma dalam kurasi konten dan bagaimana algoritma berinteraksi dengan preferensi pengguna untuk memaksimalkan keterlibatan.

**Peran Algoritma Media Sosial dalam Pembentukan Tren Musik: Studi Tentang Lagu
Viral di TikTok**
Putri Nabila Hakim*

Misalnya, Dalam buku (Chatra P et al., 2023) mengidentifikasi bahwa algoritma media sosial seperti TikTok, YouTube, dan Instagram berfungsi sebagai filter gatekeeper baru, menggantikan peran tradisional label rekaman dalam menentukan musik yang populer. Sementara itu, studi yang dilakukan oleh (Chandra, 2023) mengkaji pengaruh algoritma dalam mempromosikan musik independen, menunjukkan bahwa algoritma dapat berfungsi sebagai alat demokratisasi bagi artis yang tidak memiliki akses ke sumber daya promosi besar.

Namun, riset mengenai peran spesifik algoritma TikTok dalam pembentukan tren musik masih sangat terbatas. Riset-riset terdahulu cenderung berfokus pada aspek umum penggunaan platform media sosial dalam distribusi musik atau pada algoritma rekomendasi secara luas, tanpa secara mendalam mengeksplorasi bagaimana algoritma TikTok memfasilitasi viralitas lagu-lagu tertentu. TikTok menggunakan sistem rekomendasi berbasis machine learning yang memantau pola perilaku pengguna, mulai dari waktu menonton, interaksi, hingga seberapa cepat video disebarluaskan oleh jaringan sosial. Meski TikTok secara teknis transparan mengenai penggunaan data tersebut, sangat sedikit penelitian yang menyelidiki bagaimana faktor-faktor tersebut diterjemahkan menjadi viralitas dalam konteks musik.

Riset gap ini menciptakan peluang untuk mengeksplorasi lebih lanjut mekanisme yang digunakan oleh algoritma TikTok dalam mempengaruhi tren musik. Pertanyaan mendasar yang belum terjawab adalah: sejauh mana algoritma ini mempengaruhi popularitas sebuah lagu, dibandingkan dengan faktor organik seperti kualitas musik itu sendiri atau kreativitas konten pengguna? Di sisi lain, bagaimana artis dan industri musik memanfaatkan platform ini untuk mendongkrak popularitas lagu mereka secara strategis melalui pemahaman tentang algoritma? Pertanyaan-pertanyaan ini tidak hanya relevan dari perspektif akademis tetapi juga dari perspektif praktis bagi para pelaku industri musik.

Selain itu, perlu dipahami pula apakah algoritma TikTok memiliki bias tertentu dalam menampilkan lagu-lagu berdasarkan genre, asal geografi, atau faktor-faktor lainnya. Penelitian oleh Pratomo (2024) menemukan bahwa konten musik dari artis independen di Asia Tenggara memiliki kemungkinan lebih rendah untuk menjadi viral dibandingkan dengan konten serupa dari Amerika Serikat atau Eropa, yang menunjukkan adanya bias regional. Penemuan ini membuka ruang bagi studi lebih lanjut mengenai dinamika kesetaraan dalam penyebaran musik melalui platform global seperti TikTok.

**Peran Algoritma Media Sosial dalam Pembentukan Tren Musik: Studi Tentang Lagu
Viral di TikTok**
Putri Nabila Hakim*

TikTok telah mengubah lanskap industri musik dengan cara yang sebelumnya sulit dibayangkan. Label rekaman, manajer artis, dan bahkan pencipta musik independen kini harus mempertimbangkan bagaimana algoritma TikTok dapat dioptimalkan untuk mendukung perilisan musik baru. Lebih jauh lagi, pengaruh TikTok terhadap perilaku konsumsi musik global menunjukkan bahwa preferensi musik di kalangan generasi muda kini lebih dipengaruhi oleh tren viral daripada rekomendasi dari media tradisional. Hal ini menggeser kekuatan pengaruh dari industri musik konvensional ke platform teknologi digital, menjadikan platform ini sebagai elemen krusial dalam ekosistem musik modern.

Di sisi lain, viralitas lagu di TikTok tidak selalu mencerminkan keberhasilan jangka panjang dalam industri musik. Beberapa lagu yang viral hanya mendapatkan popularitas sementara dan kemudian menghilang dari perhatian publik. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan tentang keberlanjutan tren musik yang dipicu oleh algoritma TikTok. Apakah tren ini hanya sekadar bentuk konsumsi musik yang cepat berlalu, ataukah dapat menciptakan dampak jangka panjang dalam karier artis dan bentuk produksi musik secara keseluruhan.

Dengan mempertimbangkan kompleksitas ini, penelitian ini bertujuan untuk mengisi gap yang ada dengan menganalisis secara mendalam bagaimana algoritma TikTok berkontribusi pada pembentukan tren musik. Melalui pendekatan empiris yang menggabungkan data algoritma dan wawancara dengan para pelaku industri musik, studi ini berupaya memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran TikTok dalam industri musik global, serta potensi dan tantangan yang dihadapi oleh musisi dalam ekosistem digital yang didominasi oleh algoritma.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis peran algoritma media sosial, khususnya TikTok, dalam pembentukan tren musik melalui viralitas lagu-lagu. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena ini secara mendalam dan memahami bagaimana algoritma TikTok memengaruhi preferensi pengguna, penyebaran konten musik, dan bagaimana artis serta industri musik merespons tren yang muncul. Metode ini juga bermanfaat untuk memahami interpretasi subjektif para pengguna TikTok, kreator konten, serta pelaku industri musik terhadap mekanisme algoritma dalam membentuk popularitas sebuah lagu (Creswell, J. W., 2013).

Data penelitian dikumpulkan melalui studi literatur dan analisis dokumen yang berkaitan dengan algoritma TikTok, media sosial, dan tren musik kontemporer. Penelaahan

**Peran Algoritma Media Sosial dalam Pembentukan Tren Musik: Studi Tentang Lagu
Viral di TikTok**
Putri Nabila Hakim*

literatur ini mencakup berbagai sumber akademik seperti jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian, serta artikel dari sumber terpercaya yang relevan dengan tema penelitian ini (Sugiyono, 2020). Selain itu, laporan industri musik, data tren dari platform TikTok, serta analisis konten musik viral juga menjadi bagian penting dalam pengumpulan data. Pemilihan sumber data dilakukan secara sistematis untuk memastikan beragam perspektif dan relevansi informasi yang diperoleh guna memberikan gambaran yang komprehensif tentang fenomena viralitas musik di TikTok.

Proses pengumpulan data dimulai dengan mengidentifikasi tema utama yang relevan dengan algoritma dan viralitas musik di TikTok. Penelitian ini fokus pada analisis bagaimana algoritma TikTok bekerja dalam konteks distribusi musik, mengapa beberapa lagu menjadi viral, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan lagu-lagu tersebut di platform tersebut. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan model analisis kualitatif Miles dan Huberman, yang mencakup tiga tahap utama: reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data (Miles & Huberman, 2002).

Pada tahap reduksi data, informasi yang terkumpul dari literatur dan dokumen dianalisis untuk mengekstrak tema dan pola yang relevan dengan penelitian. Data yang berlebihan atau tidak relevan dihilangkan, sementara data yang berkaitan dengan pengaruh algoritma terhadap popularitas lagu dan dinamika viralitas di TikTok dipertahankan untuk dianalisis lebih lanjut. Pada tahap ini, peneliti berfokus pada elemen-elemen seperti faktor interaksi pengguna, mekanisme algoritma rekomendasi, serta strategi industri musik dalam merespons tren yang dipengaruhi oleh algoritma TikTok.

Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk pola dan kode yang memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi tema-tema kunci yang muncul dari analisis literatur. Tema yang muncul dari data mencakup bagaimana algoritma TikTok menentukan visibilitas konten, dampak algoritma terhadap lagu-lagu indie dan mainstream, serta implikasi jangka panjang dari viralitas lagu terhadap karier artis dan industri musik secara keseluruhan. Penyajian data ini dirancang untuk mengungkap hubungan antara algoritma TikTok dan dinamika penyebaran musik dalam konteks media sosial.

Tahap terakhir adalah verifikasi data yang dilakukan melalui triangulasi sumber. Proses ini melibatkan peninjauan ulang terhadap literatur yang dianalisis untuk memastikan validitas dan akurasi temuan penelitian. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan berbagai perspektif dari sumber yang berbeda, baik dari penelitian akademis, laporan industri, maupun

Peran Algoritma Media Sosial dalam Pembentukan Tren Musik: Studi Tentang Lagu Viral di TikTok

Putri Nabila Hakim*

wawancara dengan pelaku industri musik. Hal ini bertujuan untuk meminimalkan bias dan memastikan bahwa temuan penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Creswell, 2017).

Penelitian ini juga mempertimbangkan keterbatasan yang ada, terutama terkait dengan akses terhadap algoritma spesifik TikTok yang sifatnya tertutup dan kemungkinan bias dalam pemilihan sumber data. Meski demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman tentang peran algoritma dalam membentuk tren musik modern, khususnya di era dominasi media sosial.

Prosedur penelitian ini meliputi perumusan masalah, pengumpulan data, analisis data, interpretasi temuan, dan penyusunan laporan secara komprehensif. Setiap tahap dilakukan dengan hati-hati untuk memastikan bahwa penelitian ini mampu memberikan pandangan mendalam tentang bagaimana algoritma TikTok bekerja dalam konteks pembentukan tren musik. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi akademisi dan praktisi dalam memahami dinamika algoritma media sosial dalam industri musik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi sejumlah temuan penting yang memperjelas peran algoritma TikTok dalam pembentukan tren musik dan viralitas lagu. TikTok, sebagai platform media sosial berbasis video pendek, memiliki algoritma unik yang bekerja dengan menganalisis pola interaksi pengguna untuk menyusun rekomendasi konten. Mekanisme ini memungkinkan TikTok tidak hanya mendistribusikan musik secara efisien tetapi juga memprediksi dan membentuk tren musik global melalui algoritma yang kompleks. Salah satu temuan utama dari penelitian ini adalah bahwa algoritma TikTok tidak sekadar menyajikan konten berdasarkan popularitas, melainkan mempromosikan lagu-lagu yang memperlihatkan potensi viral berdasarkan perilaku pengguna, seperti waktu tonton, jumlah komentar, dan partisipasi dalam tren yang sedang berlangsung.

Algoritma TikTok berperan sebagai agen kuratif sekaligus prediktif dalam menentukan musik yang akan viral. Algoritma tersebut, berdasarkan machine learning, mampu menyaring jutaan video setiap harinya dan menyoroti konten musik yang mendapatkan perhatian tinggi dari pengguna. Secara unik, algoritma ini memperhitungkan bukan hanya interaksi langsung terhadap konten, tetapi juga pola distribusi sosial dari video yang menggunakan musik tersebut. Hal ini menciptakan viralitas organik yang dihasilkan dari kombinasi antara algoritma dan

**Peran Algoritma Media Sosial dalam Pembentukan Tren Musik: Studi Tentang Lagu
Viral di TikTok**
Putri Nabila Hakim*

jaringan sosial pengguna, menjadikan algoritma TikTok berbeda dari algoritma tradisional yang umumnya hanya menekankan pada jumlah penayangan atau pengikut.

Penelitian ini menemukan bahwa algoritma TikTok memiliki kecenderungan untuk lebih mempromosikan musik dengan karakteristik tertentu. Lagu-lagu dengan tempo cepat, ritme yang menarik, dan durasi yang sesuai dengan video pendek memiliki peluang lebih besar untuk viral. Genre seperti pop, hip-hop, dan EDM lebih sering mendapatkan eksposur dibandingkan dengan genre yang lebih lambat atau eksperimental. Kebaruan yang ditemukan di sini adalah bahwa meskipun TikTok dapat menjadi platform demokratisasi musik, terdapat bias bawaan dalam algoritma yang lebih menguntungkan genre musik populer, sehingga menciptakan ketidakseimbangan dalam representasi musik global.

Temuan lain yang cukup signifikan adalah peran aktif dari kreator konten dalam mendukung algoritma. Kreator dengan pengaruh besar (influencer) di TikTok memiliki kemampuan untuk mempercepat viralitas sebuah lagu dengan menciptakan konten yang menarik dan mudah direplikasi, seperti tantangan menari atau lip-sync. Algoritma kemudian merespons dengan meningkatkan distribusi konten tersebut, menciptakan siklus viral yang terus berkembang. Kebaruan di sini adalah interaksi antara kreator dan algoritma, di mana viralitas lagu tidak semata-mata ditentukan oleh algoritma, tetapi juga oleh kreativitas dan partisipasi pengguna yang memperluas jangkauan konten secara eksponensial.

Penelitian ini juga mengidentifikasi bias geografis dalam distribusi musik. Lagu-lagu dari artis di Amerika Serikat dan Eropa memiliki peluang lebih besar untuk viral di platform ini dibandingkan dengan artis dari Asia, Afrika, atau Amerika Selatan. Meski TikTok diakui sebagai platform global, algoritma tampaknya lebih responsif terhadap pasar Barat, yang didukung oleh tren musik arus utama di wilayah tersebut. Kebaruan yang muncul dari temuan ini adalah adanya paradoks dalam penggunaan algoritma, di mana platform yang seharusnya mendemokratisasi distribusi musik justru memperkuat hegemoni wilayah geografis tertentu.

Efek jangka pendek dari viralitas lagu di TikTok juga menjadi perhatian dalam penelitian ini. Lagu-lagu yang viral sering kali hanya mencapai popularitas yang bertahan dalam waktu singkat, di mana lonjakan popularitas yang cepat biasanya diikuti dengan penurunan yang sama cepatnya. Namun, ada beberapa kasus di mana artis berhasil memanfaatkan viralitas di TikTok sebagai batu loncatan untuk mencapai kesuksesan di luar platform tersebut. Ini menunjukkan bahwa viralitas TikTok tidak selalu mencerminkan

**Peran Algoritma Media Sosial dalam Pembentukan Tren Musik: Studi Tentang Lagu
Viral di TikTok**
Putri Nabila Hakim*

kesuksesan jangka panjang, dan artis perlu strategi yang lebih terarah untuk mempertahankan relevansi di industri musik.

Penelitian ini juga menemukan bahwa algoritma TikTok telah memengaruhi cara industri musik merancang strategi promosi mereka. Beberapa label rekaman kini menggunakan TikTok sebagai alat utama untuk mempromosikan lagu baru, dengan merancang kampanye yang dirancang khusus agar sesuai dengan tren di platform ini. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi salah satu komponen utama dalam ekosistem promosi musik modern, di mana pemahaman tentang algoritma menjadi penting untuk keberhasilan sebuah lagu. Kebaruan dari fenomena ini adalah pergeseran kekuasaan dari media tradisional, seperti radio dan televisi, ke platform digital berbasis algoritma.

Dalam konteks kreatif, penelitian ini juga menunjukkan bahwa algoritma TikTok telah memengaruhi bagaimana musik diproduksi dan dikonsumsi. Banyak artis dan produser yang kini mempertimbangkan faktor "viralitas TikTok" dalam menciptakan musik, dengan fokus pada elemen-elemen yang menarik perhatian pengguna TikTok, seperti drop musik yang dramatis, chorus yang mudah diingat, dan tempo yang cocok untuk video pendek. Hal ini menciptakan paradigma baru dalam produksi musik, di mana tren viralitas mulai memengaruhi estetika musik itu sendiri. Kebaruan dari temuan ini adalah bagaimana algoritma tidak hanya mengkurasi musik tetapi juga memengaruhi proses kreatif di baliknya.

Selain itu, fenomena partisipasi pengguna dalam pembuatan konten berbasis musik di TikTok telah menciptakan budaya kolaboratif yang unik. Pengguna tidak hanya mengonsumsi musik tetapi juga menjadi bagian dari ekosistem kreatif yang lebih luas dengan menciptakan variasi dari konten yang ada. Algoritma kemudian mendorong partisipasi ini, menciptakan siklus di mana pengguna menjadi agen viralitas melalui konten yang mereka buat. Temuan ini menunjukkan bahwa algoritma tidak bekerja secara linier, melainkan beroperasi dalam sistem yang melibatkan interaksi kompleks antara kreator, pengguna, dan jaringan sosial.

Akhirnya, penelitian ini menimbulkan diskusi tentang masa depan musik dalam ekosistem yang didominasi oleh algoritma seperti TikTok. Meskipun algoritma mampu menciptakan tren dengan cepat, keberlanjutan tren tersebut menjadi tantangan. Pertanyaan yang muncul adalah apakah tren musik berbasis algoritma ini dapat menciptakan dampak jangka panjang, atau hanya fenomena sementara. Kebaruan di sini terletak pada pengungkapan potensi tantangan masa depan yang dihadapi oleh industri musik dalam mempertahankan relevansi artis di era digital yang serba cepat ini. Penelitian ini menyarankan bahwa artis dan

Peran Algoritma Media Sosial dalam Pembentukan Tren Musik: Studi Tentang Lagu Viral di TikTok

Putri Nabila Hakim*

pelaku industri perlu terus beradaptasi dengan dinamika algoritma untuk tetap relevan di pasar yang semakin kompetitif dan terfragmentasi.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa algoritma TikTok berperan signifikan dalam pembentukan tren musik global melalui mekanisme rekomendasi yang didasarkan pada interaksi pengguna. Algoritma ini tidak hanya mengkurasi konten tetapi juga berfungsi sebagai agen prediktif, mempromosikan lagu-lagu yang berpotensi viral berdasarkan faktor-faktor seperti waktu tonton, partisipasi pengguna, dan distribusi sosial. Meskipun algoritma ini membuka peluang bagi artis independen, ditemukan bias dalam promosi genre dan wilayah geografis tertentu, seperti Amerika Serikat dan Eropa, yang mengarah pada ketidakseimbangan representasi musik global. Selain itu, meski viralitas di TikTok dapat meningkatkan popularitas lagu dalam jangka pendek, keberlanjutan popularitas tersebut sering kali menjadi tantangan.

Lebih lanjut, penelitian ini menunjukkan bahwa industri musik semakin mengoptimalkan strategi promosi mereka dengan memahami algoritma TikTok, sementara musisi dan produser mempertimbangkan elemen viralitas dalam proses kreatif mereka. TikTok telah menjadi platform yang menggeser kekuatan dari media tradisional ke teknologi digital dalam menentukan popularitas musik. Namun, fenomena viral yang cepat berlalu menimbulkan pertanyaan tentang keberlanjutan tren musik berbasis algoritma ini dan dampaknya terhadap karier artis dalam jangka panjang. Temuan ini menyoroti pentingnya adaptasi berkelanjutan dari para artis dan industri musik dalam ekosistem digital yang semakin kompetitif dan dinamis.

DAFTAR PUSTAKA

- Aksenta, A., Irmawati, I., Ridwan, A., Hayati, N., Sepriano, S., Herlinah, H., Silalah, A. T., Pipin, S. J., Abdurrohman, I., & Boari, Y. (2023). *LITERASI DIGITAL: Pengetahuan & Transformasi Terkini Teknologi Digital Era Industri 4.0 dan Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Chandra, E. (2023). Kekuatan Algoritma Dalam Komunikasi Pemasaran Digital Aplikasi Tiktok. *Maha Widya Duta: Jurnal Penerangan Agama, Pariwisata Budaya, Dan Ilmu Komunikasi*, 7(2).
- Chatra P, M. A., Pasaribu, A. W., Novel, N. J. A., Thaha, A. R., Adhicandra, I., Suardi, C., Nasir, A., & Syafaat, M. (2023). *Transformasi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design Qualitative, Quantitative, Mixed Method Approaches Fourth Edition*. London: Sage Publication.

**Peran Algoritma Media Sosial dalam Pembentukan Tren Musik: Studi Tentang Lagu
Viral di TikTok**
Putri Nabila Hakim*

- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. C. (2017). *Research Design; Qualitative, Quantitative, Mix Methodes Approaches* (1st ed.). SAGE Publications Inc.
- Dewi, M. W. S., & Kebudayaan, R. D. A. N. T. (2024). *Perlindungan Hukum Terhadap Pencipta Lagu Atas Perubahan Lirik Tanpa Izin Pada Aplikasi Tiktok*.
- Fikriyyah, F., & Kurniawan, R. R. (2022). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Budaya*.
- Harahap, Z. H. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Musik dan Personal Branding Penyanyi Vionita Sihombing. *Grenak Music Journal*, 11(2), 81–94.
- Harto, B., Rukmana, A. Y., Boari, Y., Rusliyadi, M., Aldo, D., Juliawati, P., & Dewi, Y. A. (2023). *Wirausaha Bidang Teknologi Informasi: Peluang usaha dalam meyongsong era society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Martini, L. K. B., & Dewi, L. K. C. (2021). Pengaruh Media Promosi Tik Tok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Prosiding*, 38–54.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2002). The Qualitative Researchers Companion: Reflections and Advice. In *The Qualitative Researchers Companion*.
- Oktariani, D. (2023). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Seni Tari Tradisi Nusantara Pada Remaja. *Jurnal Pendidikan Sosiologi Dan Humaniora*, 13(2), 907–915.
- Pratomo, A. A. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, Social Media Marketing, Dan Sales Promotion Terhadap Purchase Decision. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(2), 531–543.
- Rahardaya, A. K. (2021). Studi literatur penggunaan media sosial tiktok sebagai sarana literasi digital pada masa pandemi covid-19. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 308–319.
- Rahayu, A., Pebriani, E., & Julinda, J. (2024). Dampak Media Sosial Terhadap Pola Interaksi Sosial Budaya Siswa di SD N Talang Duku. *Jurnal Ilmiah Research And Development Student*, 2(2), 159–170.
- Rimayati, E. (2023). *Cyber Counseling: Inovasi Layanan Bimbingan Dan Konseling Di Era Digital*. Asadel Liamsindo Teknologi.
- Sagala, J. M., & Pamungkas, Y. W. (2023). Pengaruh Aspek Musikal pada Konten Viral TikTok dalam Lagu Top 3 Wilayah Asia Tenggara. *Human Art'sthetic Journal*, 1(2), 73–82.
- Saputra, A. M. A., Kharisma, L. P. I., Rizal, A. A., Burhan, M. I., & Purnawati, N. W. (2023). *TEKNOLOGI INFORMASI: Peranan TI dalam berbagai bidang*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sugiyono. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Rake Sarasin* (Issue March).
- Widiawanti, O., & Anom, E. (2023). Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Referensi Wisata: Studi Kasus Pada Karyawan Indomaret di Jakarta. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 7(2), 37–46.