

Peran Generasi Z dalam Mendorong Viralitas Musik Lokal via TikTok: Systematic Literature Review

**Arshita Lutfi Alfionita¹, Rosalinda², Nabila Rahmadani³, Olga Karin Bell⁴, Alivia Arliana⁵,
Nandha Narendra Muvano⁶**

¹⁻⁶Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Mulia. Jalan Letjen Z.A. Maulana No. 9,
Kelurahan Damai Bahagia, Kecamatan Balikpapan Selatan, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur 76114

Email: ¹arshitalutfia87@gmail.com, ²rossalinda200308@gmail.com, ³belarhmdn@gmail.com,
⁴olgakarinbell@gmail.com, ⁵aliviaarr@gmail.com, ⁶narendramuvano@gmail.com

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran Generasi Z dalam mendorong viralitas musik lokal melalui platform media sosial TikTok. Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah mengubah pola produksi, distribusi, dan konsumsi musik, di mana TikTok menjadi salah satu platform utama dalam membentuk tren musik, khususnya di kalangan generasi muda. Generasi Z sebagai digital native memiliki karakteristik kreatif, adaptif, dan partisipatif yang menjadikan mereka aktor kunci dalam menciptakan dan menyebarkan konten musik viral. Penelitian ini menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR) dengan pendekatan kualitatif terhadap berbagai jurnal nasional dan internasional yang relevan dengan topik Generasi Z, TikTok, dan viralitas musik lokal. Hasil kajian menunjukkan bahwa viralitas musik lokal di TikTok tidak hanya dipengaruhi oleh algoritma platform, tetapi sangat ditentukan oleh kreativitas, partisipasi aktif, literasi digital, serta kemampuan Generasi Z dalam membaca dan membentuk tren digital. Strategi kreatif seperti challenge, dance trend, penggunaan backsound, remix, dan interaksi sosial digital menjadi faktor utama dalam meningkatkan eksposur dan popularitas musik lokal. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa keterbatasan kemampuan analisis data dan pemanfaatan fitur strategis TikTok masih menjadi kendala bagi efektivitas promosi musik lokal. Oleh karena itu, pengembangan sumber daya manusia Generasi Z melalui pelatihan digital dan pendampingan berkelanjutan menjadi faktor krusial dalam mengoptimalkan viralitas musik lokal di era ekonomi kreatif digital.

Kata Kunci : Generasi Z; TikTok; Viralitas Musik; Musik Lokal; Systematic Literature Review

Abstract—This study aims to examine the role of Generation Z in driving the virality of local music through the social media platform TikTok. The development of digital technology and social media has changed the patterns of music production, distribution, and consumption, with TikTok becoming one of the main platforms in shaping music trends, especially among the younger generation. Generation Z, as digital natives, possess creative, adaptive, and participatory characteristics that make them key actors in creating and spreading viral music content. This study employs a Systematic Literature Review (SLR) method with a qualitative approach to various national and international journals relevant to the topics of Generation Z, TikTok, and the virality of local music. The results of the study indicate that the virality of local music on TikTok is not only influenced by the platform's algorithm but is also significantly determined by creativity, active participation, digital literacy, and Generation Z's ability to read and shape digital trends. Creative strategies such as challenges, dance trends, the use of background music, remixes, and digital social interaction are key factors in increasing the exposure and popularity of local music. However, this study also found that limitations in data analysis capabilities and utilization of TikTok's strategic features remain obstacles to the effectiveness of local music promotion. Therefore, developing Generation Z human resources through digital training and ongoing mentoring is a crucial factor in optimizing the virality of local music in the era of the digital creative economy.

Keywords: Generation Z; TikTok; Music Virality; Local Music; Systematic Literature Review

1. PENDAHULUAN

Industri musik lokal adalah bagian dari ekonomi kreatif dan memiliki banyak potensi untuk meningkatkan perekonomian dan menjaga budaya nasional kita tetap hidup. Teknologi digital dan media sosial telah benar-benar mengubah cara kita membuat, berbagi, dan mendengarkan musik. Di antara berbagai platform digital, TikTok muncul sebagai media sosial berbasis video pendek yang memiliki pengaruh kuat dalam membentuk tren musik dan mendorong viralitas lagu, khususnya di kalangan generasi muda.

Generasi Z, yang dikenal sebagai generasi digital native, menjadi kelompok paling dominan di TikTok. Karakteristik Generasi Z yang kreatif, adaptif terhadap teknologi, serta aktif dalam menciptakan dan menyebarkan konten menjadikan mereka aktor kunci dalam proses viralitas musik. Melalui challenge, dance trend, penggunaan potongan lagu sebagai backsound, hingga remix kreatif, Generasi Z berperan besar dalam meningkatkan eksposur dan popularitas musik lokal. Namun,

meskipun fenomena terus berkembang, pemanfaatan TikTok sebagai sarana strategis untuk mendongkrak popularitas musik lokal belum sepenuhnya dipahami oleh para akademisi.

Penelitian sebelumnya umumnya menyoroti peran TikTok sebagai media promosi digital atau membahas dampak viralitas terhadap peningkatan popularitas dan penjualan musik. Beberapa studi menyimpulkan bahwa TikTok efektif dalam mempercepat penyebaran lagu dan menciptakan tren musik baru. Namun sebagian besar penelitian ini masih fokus pada platform dan mekanisme algoritma, tanpa benar-benar mendalami bagaimana Generasi Z sebagai aktor kunci yang membuat segalanya menjadi viral.

Ternyata, sejumlah penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan viralitas musik di TikTok sangat bergantung pada seberapa kreatif penggunaannya, bagaimana mereka berinteraksi satu sama lain, kemampuan mereka dalam melihat tren, dan bagaimana Gen Z mengambil dan me-remix lagu-lagu di dunia online. Kurangnya pemahaman sistematis tentang bagaimana Generasi Z berkontribusi dalam menciptakan viralitas musik lokal menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan penelitian antara aspek teknologi dan aspek manusia sebagai penggerak utama ekosistem musik digital. Ditambah lagi, penelitian-penelitian yang ada saat ini ada di mana-mana dan belum dipetakan secara menyeluruh untuk mengidentifikasi pola, temuan dominan, serta celah penelitian yang relevan. Berdasarkan kondisi tersebut, kita memerlukan penelitian yang tidak hanya melihat TikTok sebagai platform digital tetapi juga berfokus pada Generasi Z.

Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR) untuk mengkaji secara sistematis dan komprehensif berbagai penelitian terkait peran Generasi Z, media sosial TikTok, dan viralitas musik lokal. Metode ini akan memberi kita gambaran lengkap tentang tren penelitian terbaru, temuan utama, serta kesenjangan riset yang masih terbuka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis bagaimana Gen Z membuat lagu-lagu lokal menjadi viral di TikTok, dengan mengidentifikasi karakteristik mereka sebagai konsumen dan kreator konten musik, dan mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan viralitas, serta mengetahui strategi kreatif yang digunakan Generasi Z dalam menciptakan, menyebarkan, dan memperkuat viralitas musik lokal, baik melalui tren, tantangan, maupun bentuk interaksi sosial digital lainnya.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Systematic Literature Review (SLR). Metode ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis berbagai hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan peran Generasi Z dalam mendorong viralitas musik lokal melalui platform TikTok.

Tahapan penelitian dimulai dengan identifikasi masalah dan penentuan fokus kajian, yaitu keterkaitan antara karakteristik Generasi Z sebagai konsumen dan kreator konten

viralitas musik lokal di platform TikTok. Selanjutnya, dilakukan penelusuran literatur melalui berbagai sumber ilmiah seperti jurnal nasional dan internasional yang relevan dengan topik Generasi Z, media sosial TikTok, viralitas konten, dan musik lokal. Literatur dikumpulkan melalui basis data akademik seperti Google Scholar, SINTA, dan database ilmiah lainnya dengan menggunakan kata kunci yang disesuaikan dengan topik penelitian.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Data

- Identifikasi dan Fokus Kajian**, dengan menetapkan fokus pada peran Generasi Z dalam mendorong viralitas musik lokal di TikTok, yang mencakup karakteristik mereka sebagai konsumen dan kreator konten musik, faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan viralitas, serta strategi kreatif yang digunakan dalam penyebaran konten musik.
- Penelusuran dan Seleksi Literatur**, dengan mengumpulkan data dari berbagai jurnal ilmiah nasional dan internasional yang relevan dengan topik Generasi Z, media sosial TikTok, viralitas konten digital, dan musik lokal. Literatur yang digunakan dipilih berdasarkan kesesuaian topik dan relevansinya dengan tujuan penelitian.
- Pengelompokan Tema (Pengelompokan Tematik)**, di mana literatur yang terpilih

diklasifikasikan ke dalam beberapa tema utama, yaitu karakteristik dan perilaku Generasi Z di TikTok, faktor-faktor pendukung keberhasilan viralitas musik lokal, serta bentuk strategi kreatif seperti challenge, dance trend, penggunaan backsound, dan remix konten musik.

- d. **Sintesis Kritis dan Pola Temuan**, dengan membandingkan hasil dari berbagai penelitian untuk menemukan pola dan kesenjangan penelitian (*research gap*). Hasil sintesis menunjukkan bahwa viralitas musik lokal di TikTok tidak hanya dipengaruhi oleh algoritma platform, tetapi sangat ditentukan oleh kreativitas, partisipasi aktif, dan kemampuan Generasi Z dalam membaca serta membentuk tren digital.
- e. **Perumusan Implikasi Konseptual**, yaitu dengan menarik pemahaman konseptual mengenai bagaimana Generasi Z berperan sebagai aktor utama dalam menciptakan dan memperkuat viralitas musik lokal di TikTok, sehingga dapat menjadi dasar bagi pengembangan kajian selanjutnya mengenai musik digital dan ekonomi kreatif berbasis media sosial.

3.2 Pembahasan

3.2.1 Karakteristik Generasi Z sebagai Konsumen dan Kreator Konten Musik

Hasil sintesis literatur mengungkap bahwa Generasi Z, lahir antara 1997 hingga 2012, menampilkan karakteristik unik yang membentuk interaksi dinamis mereka dengan musik lokal di platform seperti TikTok. Gen Z menunjukkan preferensi kuat terhadap musik autentik yang relatable dengan pengalaman sehari-hari, mudah diakses melalui algoritma *For You Page* (FYP), dengan kecenderungan memilih genre yang diremix dengan beat viral. Penelitian terkini menegaskan bahwa "TikTok memiliki peran strategis dalam membentuk selera musik Gen Z (Ronald Hariono, 2025), "Algoritma TikTok dan konten viral membentuk preferensi musik Gen Z secara signifikan" (Apriliyanti, 2025), di mana mereka lebih mengutamakan autentisitas emosional daripada viralitas sementara.

Karakteristik ini semakin menonjol saat Gen Z bertransformasi menjadi kreator konten, secara aktif menghasilkan *user-generated content* (UGC) seperti video tarian energik atau *lip-sync* lagu tradisional yang memadukan nuansa lokal dengan estetika global. Literasi digital mereka yang tinggi memfasilitasi integrasi musik lokal ke tren internasional, meningkatkan visibilitas budaya contohnya, konten promosi lagu "Jelajahi Rasa" Band Harra yang mencapai 372.000 tayangan (Yuniar, 2024). "Gen Z yang lebih memahami dinamika platform digital cenderung lebih cepat menyesuaikan diri dengan algoritma TikTok" (Lubis, 2024), memanfaatkan musik lokal untuk membangun komunitas organik. Temuan ini selaras dengan tujuan penelitian, memperkuat pemahaman karakteristik Gen Z sebagai pendorong utama viralitas lagu lokal di TikTok.

3.2.2 Strategi Kreatif Generasi Z dalam Menciptakan dan Menyebarkan Viralitas Musik Lokal

Literatur mengilustrasikan strategi kreatif Gen Z di TikTok yang beragam dan inovatif: dari pembuatan *challenge* interaktif, tren tarian viral, penggunaan *sound* lagu sebagai *background*, hingga *remix* kreatif dan interaksi komentar yang masif, semuanya berkontribusi pada penyebaran musik lokal secara eksponensial. Fitur UGC memungkinkan adaptasi musik lokal menjadi tren mudah diikuti, seperti *dance challenge* yang memadukan elemen tradisional (misalnya, gerakan jaipong) dengan gaya modern TikTok, menciptakan gelombang partisipasi komunal. "TikTok ritual digital efektif mempromosikan tradisi lokal Gen Z" (Harahap & Akil, 2025).

Strategi ini tidak hanya memicu viralitas jangka pendek, tetapi juga memperkuat keberlanjutan melalui kolaborasi komunitas yang berkelanjutan. Pengembangan lebih lanjut difokuskan pada kemampuan teknis TikTok dan penyajian digital musik lokal (Casrini et al., 2025). Fitur platform membantu kreator Gen Z mengelola konten secara terstruktur, memungkinkan musik lokal bersaing dengan tren global. "Efisiensi memaksimalkan platform dipengaruhi kemampuan Gen Z fitur pemasaran digital (Gen & Tiktok, 2025), sementara "Gen Z secara aktif mendorong inovasi ekonomi kreatif melalui konten TikTok (Tia et al., 2025). Tantangan akses teknologi tanpa keterampilan strategis sering menghambat, sehingga pendampingan esensial agar penggunaan fitur maksimal, meningkatkan visibilitas budaya secara signifikan.

3.2.3 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keberhasilan Viralitas Musik Lokal di TikTok

Hasil kajian literatur tunjukkan keberhasilan viralitas musik lokal TikTok bergantung algoritma platform, keterlibatan komunitas, adaptasi budaya; Gen Z memanfaatkan data interaksi penyebaran. Fitur *hashtag*, *duet* beri data penayangan harian, lagu terlaris, waktu puncak, kinerja tren musik lokal. Pemanfaatan data real-time insight audiens terbatas kurang keterampilan analitik Gen Z. Tanpa interpretasi, keputusan intuisi, hilang optimalisasi konten pemasaran presisi.

"Big data analytics bantu Gen Z memanfaatkan data interaksi perilaku audiens keputusan lebih baik" (Gen & Tiktok, 2025), meskipun penerapannya terhambat keterbatasan SDM dalam memahami teknologi analitik (Gen & Tiktok, 2025). Data seharusnya menjadi fondasi perencanaan konten dan strategi pemasaran, tapi kreator sering gagal menginterpretasikannya secara efektif. Studi analisis data besar pada musik lokal menunjukkan bahwa kreator belum sepenuhnya strategis akibat kekurangan infrastruktur dan keterampilan (Gen & Tiktok, 2025). Bagi Gen Z, hambatan utama bukan teknologi itu sendiri, melainkan kesiapan SDM; tanpa analisis mendalam, strategi tetap intuitif dan kurang optimal. Oleh karena itu, peningkatan kemampuan data digital krusial untuk efektivitas TikTok dalam mendorong tren berkelanjutan.

3.2.4 Strategi Pengembangan SDM untuk Meningkatkan Efektivitas Penggunaan TikTok dalam Mendorong Viralitas Musik Lokal

Sintesis literatur merekomendasikan strategi pengembangan SDM Gen Z untuk musik lokal: pembelajaran praktik langsung, pendampingan teknis intensif, dan pelatihan digital berkelanjutan yang holistik. Pelatihan ini mengintegrasikan aspek analitik, teknis, dan manajerial seperti membaca data penayangan, lagu terlaris, serta puncak interaksi via TikTok Creator Tools untuk mengatur konten pemasaran yang tajam. Mengingat keterbatasan waktu dan sumber daya Gen Z sebagai mahasiswa atau pekerja pemula, pendekatan kontekstual yang disesuaikan karakteristik generasi mereka seperti *microlearning* dan *gamification* menjadi kunci efektivitas. "Pelatihan digital tingkatkan kreativitas Gen Z 45% promosi musik tradisional" (Salzhabilla et al., 2023).

Dukungan ekosistem digital dari pemerintah, platform, dan pendidikan esensial untuk transformasi digital yang terarah. Sementara inisiatif seperti pelatihan konten kreator untuk ekonomi lokal (Riandi, Dini Dipani, Dewi Puspita, Yuliani, 2020) menjanjikan peningkatan efektivitas. Strategi ini tidak hanya mendorong viralitas musik lokal, tapi juga memastikan keberlanjutan jangka panjang di era digital.

3.2.5 Implikasi Teoretis dan Praktis

Secara teoretis, temuan ini memperkuat bahwa adopsi platform digital untuk musik lokal bukan sekadar ketersediaan aplikasi, melainkan kualitas SDM yang mumpuni menggeser paradigma dari "menggunakan aplikasi" ke "mengelola platform secara strategis untuk promosi budaya". Ini melengkapi kajian sebelumnya, memposisikan pengembangan SDM sebagai faktor kunci efektivitas TikTok dalam viralitas musik lokal. Praktis, kreator Gen Z dan musisi lokal harus fokus meningkatkan kemampuan digital untuk mengoperasikan fitur TikTok dan menganalisis data interaksi. Pemangku kepentingan disarankan merancang program pelatihan serta pendampingan berkelanjutan, didukung kebijakan ekosistem musik digital Indonesia yang inklusif.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil Systematic Literature Review (SLR), dapat disimpulkan bahwa efektivitas TikTok dalam mendorong viralitas musik lokal sangat bergantung pada kesiapan dan kreativitas Generasi Z sebagai penggerak utama. Keberadaan algoritma platform dan fitur UGC (*challenge*, *dance trend*, *remix*) belum memberikan dampak optimal apabila tidak diimbangi dengan literasi digital tinggi, kemampuan kreatif strategis, serta keterampilan analisis data Gen Z yang memadai.

Hasil kajian menunjukkan bahwa mayoritas kreator Gen Z memanfaatkan TikTok pada tingkat dasar (*background*, *lip-sync*), terbatas pada fungsi penciptaan konten sederhana, tanpa mengoptimalkan fitur strategis seperti TikTok Creator Tools, *hashtag analytics*, dan *insights penayangan*. Keputusan konten cenderung bersifat intuitif akibat keterbatasan kemampuan menginterpretasikan data (Az Zahra, 2024, hlm. 30), menyebabkan hilangnya peluang optimalisasi pemasaran musik lokal yang presisi.

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa kendala utama viralitas musik lokal tidak terletak pada algoritma TikTok, melainkan pada kompetensi SDM Gen Z sebagai strategic content creator. Oleh karena itu, strategi pengembangan SDM menjadi faktor kritis dalam meningkatkan efektivitas TikTok. Strategi yang relevan meliputi pelatihan digital berkelanjutan (*microlearning*, *gamification*), pendampingan teknis kontekstual, serta penguatan kemampuan analitis TikTok Creator Tools yang disesuaikan dengan karakteristik Gen Z digital native.

Keberhasilan penerapan strategi ini sangat bergantung pada dukungan ekosistem digital terintegrasi, di mana kolaborasi pemerintah-platform-pendidikan menjadi krusial dalam menyediakan TikTok Creator Academy, sertifikasi digital, dan program inkubasi musik lokal. Kolaborasi ini diperlukan untuk menjembatani hambatan data literacy, sehingga Gen Z dapat bertransformasi dari pengguna konten biasa menjadi pengelola platform strategis yang mampu bersaing dengan tren global.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat pandangan bahwa keberhasilan viralitas digital merupakan proses yang tidak terpisahkan dari kualitas human capital Gen Z, menggeser paradigma dari “menggunakan TikTok” menjadi “mengelola ekosistem platform untuk promosi budaya berkelanjutan”. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi dasar bagi musisi lokal, kreator Gen Z, platform TikTok, dan pemangku kepentingan dalam merancang program pengembangan SDM digital yang terarah, guna mengoptimalkan viralitas musik lokal dan memperkuat ekonomi kreatif Indonesia di era *creator economy*.

REFERENCES

- Apriliyanti, T. R. (2025). Peran Media Sosial dalam Membentuk Preferensi Musik Generasi Z di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 17(2), 295–300. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v17i2.92266>
- Casrini, Fauzi, M. A., A.S, M. A., Sabila, F., Zahra, R. F., Bursan, R., & Ramelan, M. R. (2025). Strategi Pemanfaatan Konten TikTok sebagai Media Promosi UMKM Sami Sutra untuk Menjangkau Generasi Z. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 6(2), 211–217. <https://publikasi.teknokrat.ac.id/index.php/JSSTCS/index>
- Gen, K., & Tiktok, Z. D. I. (2025). *Jurnal Transformasi Humaniora ANALISIS BIG DATA TERHADAP STRATEGI KOMUNIKASI*. 8(6), 26–34.
- Harahap, Z. H. F., & Akil, R. (2025). Sinergi Antara Tradisi Dan Teknologi Informasi: Merawat Tradisi Lokal Melalui Ritual Digital Platform Tiktok. *CITIZEN: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 5(1), 361–369. <https://doi.org/10.53866/jimi.v5i1.727>
- Lubis, O. R. (2024). Persepsi dan Preferensi Generasi Z terhadap Konten Pemasaran T. *Jurnal Administrasi Bisnis Modern (JABM)*, 1(2), 243–254. <https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/jabn/article/view/2898>
- Riandi, Dini Dipani, Dewi Puspita, Yuliani, R. P. (2020). Pelatihan Konten Kreator untuk Meningkatkan Ekonomi dan Pendapatan Masyarakat Melalui Kreativitas Digital (Studi di Desa Cipalabuh Lebak-Banten). *Jurnal Abdidas*, 1(3), 131–136.
- Ronald Hariono. (2025). No Title. *Penelitian Komunikasi*, 5(Pengaruh Musik International Like Jennie Terhadap Preferensi Musik Gen Z Di Media Sosial Tik Tok). <https://aksiologi.org/index.php/relasi/article/download/2096/1398>
- Salzhabilla, A., Arif, P., Olivia, M., & Prasanti, R. Y. (2023). Promosi Budaya Tari dan Musik Tradisional Indonesia Melalui Media TikTok. *Prosiding Seminar Nasional*, 1390–1402.
- Tia, A., Asria, J. A., Hidayati, L., Jupri, A., Haryanto, H., Wiradinata, H., & Widiatututi, W. (2025). *the Influence of Viral Songs on Preferences Generation Z Music in the Digital Era*. 1(2), 79– 87.