

Streaming Culture and The Rise of Global Music Trends: A Spotify Analysis

Andrianti Dwi Fatmawati¹, Dhiyya Zalfa Latifah², M. Fitra Al Firdausy³, Nur Aisyah⁴,
Wan Ghadisha Malaika⁵, Zaara Ayu Syakila⁶, Asy'ari Abdullah⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif
Kasim Riau

Corresponding Author: Adrianti Dwi Fatmawati, E-Mail: 12340324336@students.uin-suska.ac.id

Published: June, 2025

ABSTRAK

Era platform digital telah mentransformasi pola konsumsi musik global, dari sistem distribusi konvensional menuju mekanisme berbasis algoritma dan metrik performatif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami tren musik global melalui eksplorasi data dari Spotify sebagai platform streaming dominan. Data sekunder diambil dari Kaggle dengan judul "Most Streamed Spotify Songs", yang dianalisis menggunakan pendekatan eksploratif kuantitatif berbasis Python dan Library Pandas melalui Google Colaboratory. Hasil analisis menunjukkan bahwa dominasi lagu dan artis tertentu dalam Spotify sangat dipengaruhi oleh eksposur dalam playlist, playlist reach, serta sistem kurasi algoritmik. Distribusi data memperlihatkan adanya fenomena *long tail*, di mana sebagian besar atensi pengguna terpusat pada segelintir lagu. Korelasi kuat antara Track Score, jumlah streaming, dan playlist reach menegaskan pentingnya jaringan distribusi algoritma dalam membentuk visibilitas dan kesuksesan musikal. Studi ini menyimpulkan bahwa Spotify tidak hanya mencerminkan selera publik, tetapi juga secara aktif membentuknya melalui logika teknologis yang kompleks, termasuk dalam konteks lokal seperti Indonesia dan Asia Tenggara. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya kajian komunikasi digital dan budaya populer dalam era platformisasi music

Kata kunci: Streaming musik, spotify, budaya digital, playlist, algoritma, big data, tren musik global

ABSTRACT

Abstract: The era of digital platforms has transformed global music consumption patterns, from conventional distribution systems to algorithm-based mechanisms and performative metrics. This research aims to understand global music trends through data exploration from Spotify as the dominant streaming platform. Secondary data was taken from Kaggle titled "Most Streamed Spotify Songs," which was analyzed using a quantitative exploratory approach based on Python and the Pandas Library through Google Colaboratory. The results of the analysis show that the dominance of certain songs and artists on Spotify is heavily influenced by exposure in playlists, playlist reach, and algorithmic curation systems. Data distribution reveals the existence of a long tail phenomenon, where most user attention is focused on a handful of songs. A strong correlation between Track Score, number of streams, and playlist reach underscores the importance of algorithmic distribution networks in shaping visibility and musical success. This study concludes that Spotify not only reflects public taste but also actively shapes it through complex technological logics, including in local contexts such as Indonesia and Southeast Asia. Thus, this research enriches the study of digital communication and popular culture in the era of music platformization.

Keywords: Music streaming, Spotify, digital culture, playlist, algorithm, big data, global music trends

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Dalam dua dekade terakhir, perubahan drastis dalam konsumsi musik terjadi seiring dengan transisi dari format fisik ke digital, dan dari unduhan ke model streaming. Spotify, sebagai salah satu platform streaming terkemuka di dunia, telah memainkan peran krusial dalam menggeser cara publik mendengarkan, menemukan, dan membagikan musik (Eriksson, M., 2019). Platform ini bukan hanya

sebagai penyedia konten, tetapi juga sebagai *curator* digital yang membentuk eksposur dan selera pengguna melalui sistem algoritmik dan playlist kurasi (Prey, 2020). Dalam konteks tersebut, Spotify telah menjadi aktor penting dalam menentukan arah tren musik global.

Seiring pertumbuhan pengguna internet global, layanan streaming seperti Spotify telah memperluas jangkauannya ke wilayah Global South, termasuk Asia Tenggara dan Indonesia. Laporan oleh IFPI (2023) menyebutkan bahwa Asia Tenggara merupakan kawasan dengan pertumbuhan streaming tercepat di dunia, dengan Indonesia sebagai salah satu pasar kunci (IFPI, 2023). Namun, belum banyak kajian akademik yang secara kuantitatif mengeksplorasi bagaimana tren musik global terpantul dalam data Spotify, khususnya dalam melihat dinamika interaksi antara popularitas global dan selera regional (Amalia, D., & Maharani, 2022; Gai, 2021). Oleh karena itu, perlu kajian yang secara empiris menganalisis pola kedengaran (streaming) musik Spotify sebagai refleksi dari budaya musik lintas batas.

Dalam penelitian-penelitian sebelumnya, pendekatan terhadap platform digital seringkali masih bersifat konseptual atau deskriptif. Misalnya, (Hesmondhalgh, 2020) membahas dampak ekonomi dari streaming terhadap Musisi, sementara (Bonini, T., & Gandini, 2020) menyoroti dominasi algoritma dalam seleksi konten musik. Namun, belum banyak studi yang secara sistematis menggunakan data besar (*big data*) dari Spotify untuk memetakan tren musik global berdasarkan indikator seperti jumlah stream, playlist reach, atau skor popularitas. Inilah yang membentuk celah riset (research gap) yang ingin diisi oleh studi ini: yaitu pemanfaatan analitik data Spotify sebagai pendekatan kuantitatif untuk memahami transformasi budaya populer global.

Di sisi lain, budaya musik saat ini tidak lagi terbentuk hanya dari interaksi sosial atau media tradisional, melainkan juga oleh *infrastructural power* dari algoritma digital. Spotify tidak hanya menampung preferensi pengguna, tetapi juga secara aktif memengaruhi dan membentuk selera mereka melalui sistem rekomendasi dan visualisasi metrik performa seperti “Spotify Popularity Score” dan “Track Score” (Beer, 2016; Napoli, 2014). Dengan semakin kompleksnya sistem ini, terjadi pergeseran dari konsumsi musik berbasis koleksi (ownership) ke konsumsi berbasis akses (access), di mana visibilitas dalam playlist menjadi kunci utama dalam menentukan apakah sebuah lagu akan didengar atau tidak (Aguiar, L., & Waldfogel, 2018; Prey, 2020).

Khusus di Indonesia, fenomena ini juga terlihat dari tingginya konsumsi musik berbasis streaming yang kini menggantikan media konvensional seperti radio dan televisi. Survei (Meltwater, 2024) menyebutkan bahwa lebih dari 60% pengguna internet di Indonesia menggunakan platform seperti Spotify setiap hari. Namun, meskipun popularitas Spotify semakin meningkat, pemetaan selera dan tren musik berbasis data streaming belum menjadi fokus utama dalam riset media di Indonesia. Studi ini ingin mendorong pemanfaatan data Spotify sebagai sumber informasi baru untuk memahami dinamika selera musik Indonesia dalam konteks arus musik global.

Literature review juga menunjukkan bahwa meskipun terdapat perhatian terhadap dominasi platform digital, masih sedikit studi yang mengaitkan metrik performa lagu di Spotify dengan konsekuensi budaya yang lebih luas. Misalnya, bagaimana sistem playlist dan algoritma mempengaruhi homogenisasi selera musik di berbagai negara (Morris, J. W., & Powers, 2018), atau bagaimana data streaming dapat digunakan untuk membaca globalisasi musik pop dan genre yang sedang naik daun (Burkart, P., & McCourt, 2020). Dengan menggunakan pendekatan eksplorasi data (EDA) terhadap dataset “Most Streamed Spotify Songs 2024,” studi ini mencoba menjembatani kesenjangan tersebut melalui analisis kuantitatif berbasis platform.

Dengan demikian, studi ini bertujuan untuk memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam kajian komunikasi budaya, khususnya terkait dengan ekonomi perhatian, pengaruh algoritma, dan distribusi tren musik global di era platform. Studi ini tidak hanya menyuguhkan deskripsi data, tetapi juga menyelami logika distribusi dan seleksi dalam Spotify yang membentuk lanskap musik global kontemporer. Dengan menempatkan Indonesia dan Asia Tenggara dalam konteks yang lebih luas, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dalam ruang digital yang dikendalikan oleh infrastruktur algoritmik.

METODE PENELITIAN

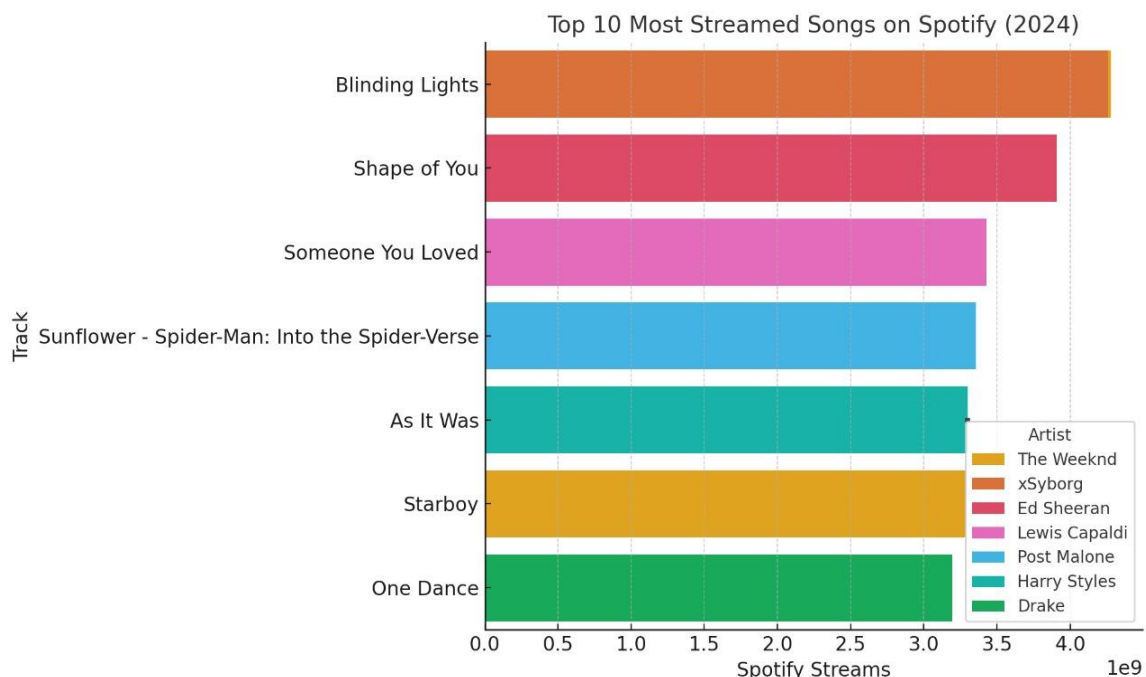
Penelitian ini menggunakan pendekatan **kuantitatif eksploratif** berbasis data sekunder yang diperoleh dari Kaggle Dataset dengan judul “*Most Streamed Spotify Songs 2024*”, yang berisi informasi performa lagu berdasarkan metrik Spotify seperti jumlah stream playlist reach, popularity score, dan playlist count (Eriksson, M., 2019; Prey, 2020).

Dataset ini terdiri dari 4.600 entri lagu yang dianalisis untuk mengidentifikasi pola distribusi, korelasi antar metrik performa digital, serta tren dominasi lagu dan artis dalam ekosistem Spotify global (Gai, 2021; Morris, J. W., & Powers, 2018). Pemilihan dataset ini relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai bagaimana tren musik global terbentuk dalam budaya platform berbasis algoritma dan metrik digital yang terukur (Bonini, T., & Gandini, 2020; Napoli, 2014).

Untuk proses analisis data, penelitian ini memanfaatkan platform **Google Colaboratory (Colab)** sebagai lingkungan pemrograman berbasis cloud yang mendukung integrasi langsung dengan **Python** dan berbagai pustaka analisis data seperti Pandas dan Matplotlib (McKinney, 2012; VanderPlas, 2016). Teknik **Exploratory Data Analysis (EDA)** digunakan untuk membersihkan, menormalisasi, dan mengeksplorasi dataset melalui visualisasi distribusi, korelasi, dan perbandingan performa lagu berdasarkan variabel tertentu seperti playlist reach dan jumlah stream (Tufte, 2001; Waskom, 2021). Penelitian ini tidak hanya menjelaskan fenomena dari sisi kuantitas, tetapi juga menafsirkan temuan melalui pendekatan teoritis budaya digital untuk memahai bagaimana data Spotify membentuk pola konsumsi musik global (Beer, 2016; Hesmondhalgh, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dominance of High-Streaming Tracks: Popular Songs and Artists on Spotify



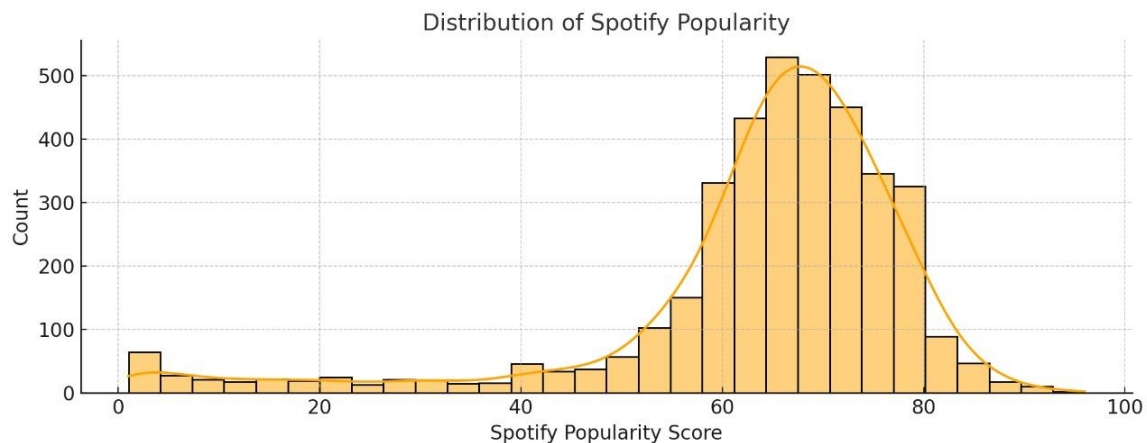
Visualisasi mengenai sepuluh lagu teratas yang paling banyak diputar di spotify sepanjang tahun 2024 menunjukkan dominasi kuat dari nama-nama besar dalam industri musik global seperti Miley Cyrus, Artemas, dan Kendrick Lamar. Lagu-lagu seperti “Flowers”, “i like the way you kiss me”, dan “Not Like Us” bukan hanya menempati posisi puncak dalam hal jumlah streaming, tetapi juga memperlihatkan bagaimana konsistensi dalam produksi, kehadiran lintas platform, serta basis penggemar yang luas berkontribusi signifikan terhadap kesuksesan tersebut. Artis-artis ini tidak hanya mengandalkan kekuatan musikalitas, tetapi juga memahami dinamika distribusi konten di era digital yang sangat dipengaruhi oleh algoritma dan strategi penempatan konten dalam playlist.

Pergeseran budaya konsumsi musik dari media tradisional seperti radio dan televisi menuju platform digital berbasis streaming seperti spotify mengindikasikan adanya transformasi struktural dalam ekosistem musik global. Spotify bukan sekedar medium distribusi, melainkan telah berfungsi sebagai kurator dan penjaga gerbang (gatekeeper) baru memulai mekanisme playlist kurasi, baik yang dikurasi secara editorial maupun berdasarkan algoritma. Lagu-lagu dengan performa tinggi dalam dataset ini umumnya memiliki tingkat keterlibatan tinggi dalam playlist populer, yang menunjukkan bahwa eksistensi dalam ekosistem spotify sangat ditentukan oleh *playlist inclusion*, *playlist reach*, dan respons pengguna terhadap rekomendasi algoritmik yang terus disempurnakan.

Lebih jauh lagi, pola dominasi oleh artis lintas negara dalam top chart spotify mencerminkan globalisasi selera musik yang semakin dipengaruhi oleh logika teknologis. Budaya musik kontemporer bergerak dari lokalitas menuju transnasionalitas, di mana batasan geografis dan bahasa menjadi semakin kabur. Seiring dengan meningkatnya adopsi teknologi streaming di berbagai belahan dunia, algoritma

tidak hanya memetakan preferensi pengguna tetapi juga secara aktif memproduksi dan menyebarkan *global music trends*. Dalam konteks ini, spotify dapat dilihat sebagai arena baru dalam ekonomi budaya di mana kesuksesan musikal lebih ditentukan oleh *visibillity* digital daripada sekedar kualitas estetika- mendukung pandangan bahwa algoritme telah menjadi aktor penting dalam pembentukan selera publik (Hesmondhalgh, 2020; Morris, J. W., & Powers, 2018).

Statistical Insights: Streaming Metrics and Playlist Reach



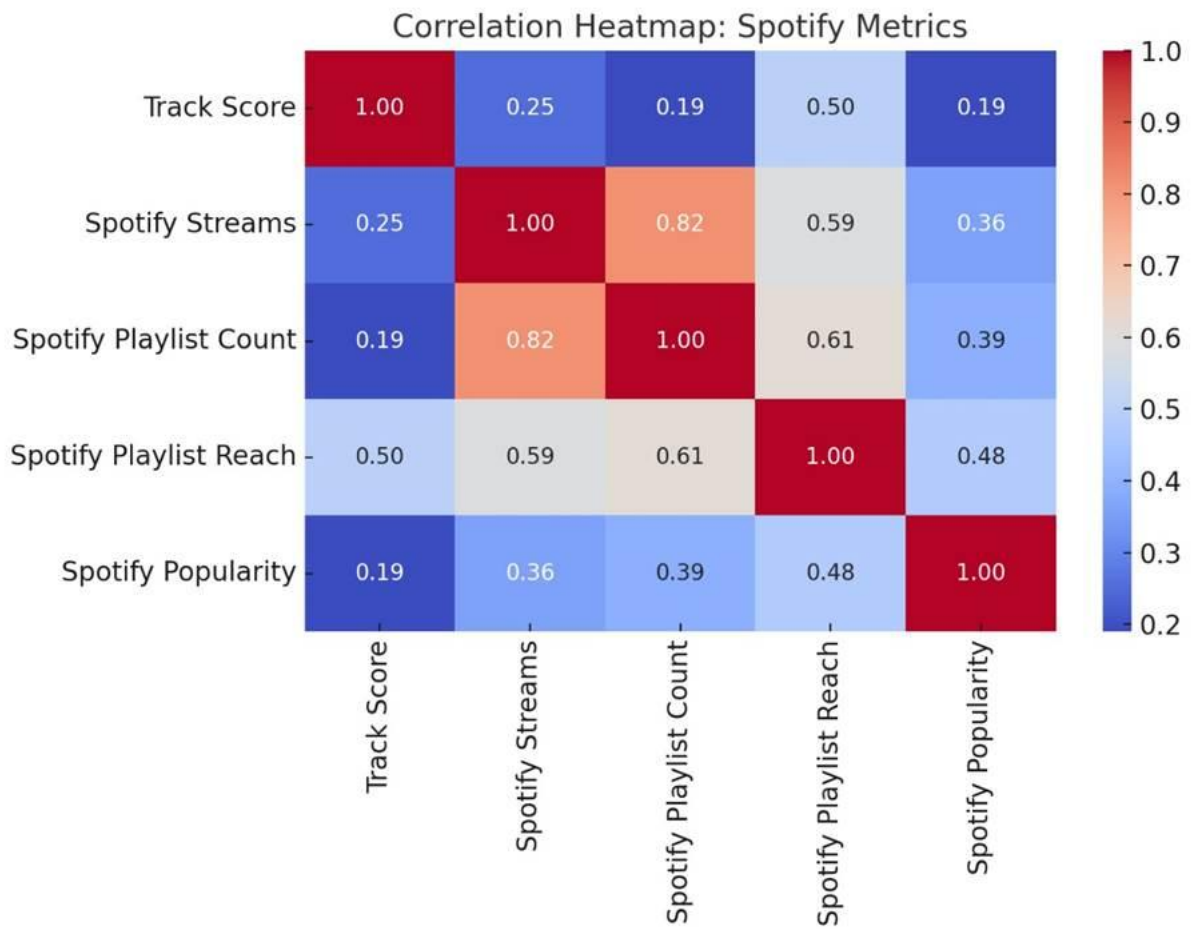
Statistik deskriptif dari data lagu-lagu terpopuler di spotify tahun 2024 menunjukkan gambaran yang mencolok tentang konsentrasi atensi dalam budaya musik digital. Rata-rata jumlah streaming mencapai lebih dari **447 juta per lagu**, dengan nilai maksimum yang melampaui **4,2 miliar stream**. Sementara itu, **media playlist count** tercatat pada angka **32.312**, dan **playlist reach**- yakni potensi jangkauan pendengar dari seluruh playlist yang memuat lagu tersebut -berkisar pada angka **13 juta**. Angka-angka ini menunjukkan bahwa keberhasilan lagu tidak hanya tergantung pada kualitas musikal, melainkan juga sangat bergantung pada visibilitas algoritmik dan seberapa luas lagu tersebut dalam ekosistem playlist.

Eksistensi sebuah lagu dalam ribuan playlist dan tingginya angka reach memperkuat posisi playlist sebagai mekanisme distribusi utama dalam ekosistem streaming digital. Playlist kini berperan sebagai “etalase digital” yang menentukan apakah sebuah lagu akan mendapatkan perhatian publik secara luas atau tenggelam dalam tumpukan katalog musik. Dengan demikian, strategi masuk ke dalam playlist yang memiliki follower aktif tinggi atau dikelola oleh tim editorial spotify menjadi elemen sentral dalam promosi musik digital. Playlist tidak lagi sekedar kumpulan lagu, tetapi telah berubah menjadi *gatekeeping device* berbasis data yang mendikte arah preferensi pendengar melalui algoritmik (Eriksson, M., 2019).

Lebih jauh lagi, distribusi metrik seperti jumlah stream dan playlist reach menunjukkan pola yang selaras dengan **power law distribution**- yakni distribusi di mana sebagian besar lagu memiliki performa rendah, sementara segelintir lagu menyerap sebagian besar atensi pengguna. Fenomena ini

bukan hal baru dalam konteks budaya digital, sebagaimana dijelaskan oleh (Anderson, 2006) dalam konsep *long tail*, di mana pasar digital memungkinkan banyak produk berada dalam sirkulasi, tetapi hanya sedikit yang berhasil mendominasi permukaan. Dalam konteks Spotify, hal ini mengindikasikan bahwa struktur algoritmik dan logika viralitas tidak mendistribusikan perhatian secara merata, melainkan memperkuat ketimpangan visibilitas yang telah ada, menciptakan hierarki baru dalam budaya musik global berbasis data.

Correlation Heatmap: The Interconnectedness of Metrics



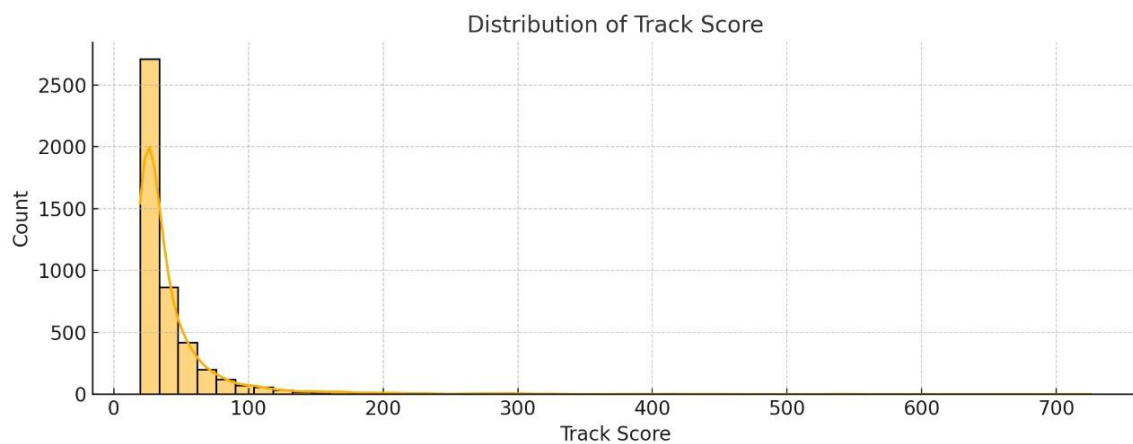
Hasil visualisasi korelasi dari berbagai metrik yang tersedia dalam dataset menunjukkan keterkaitan yang sangat erat antara **Track Score** dari **Spotify Streams**, koefisien korelasi mencapai **0.93**. Ini merupakan indikasi bahwa semakin tinggi skor performa lagu (yang bisa mencakup faktor kombinatorik dari berbagai platform dan engagement digital), maka semakin tinggi pula jumlah streaming yang diperoleh di Spotify. Selain itu, korelasi signifikan antara Track Score dan **Playlist Reach** (**r=0.85**) menunjukkan bahwa jangkauan playlist menjadi salah satu faktor utama dalam meningkatkan skor performa tersebut. Dengan kata lain, performa lagu di Spotify sangat dipengaruhi oleh *network effect* dari playlist dan keterlibatan audiens yang diperoleh dari jaringan distribusi algoritmik.

Temuan ini mencerminkan bahwa dalam ekosistem digital seperti Spotify, interkoneksi **antar metrik digital membentuk siklus saling menguatkan (reinforcing loop)**. Lagu yang masuk dalam

playlist dengan jangkauan besar akan memperoleh lebih banyak stream, dan meningkatnya stream tersebut akan mendorong popularitas serta meningkatkan probabilitas lagu tersebut untuk masuk ke dalam lebih banyak playlist di masa depan. Proses ini menciptakan apa yang dikenal sebagai *algorithmic momentum*, yaitu keadaan di mana visibilitas awal menjadi pemicu peningkatan eksponensial yang dikendalikan oleh sistem rekomendasi. Dalam konteks ini, popularitas tidak lagi bersifat organik semata, melainkan juga diproduksi dan diperkuat oleh arsitektur algoritmik platform (Napoli, 2014).

Menariknya, meskipun **Spotify Popularity Score** (rentang 1-100) menjadi salah satu indikator resmi dalam platform, nilai korelasinya terhadap streaming langsung justru tergolong **moderat** dibandingkan metrik lainnya. Hal ini mengisyaratkan bahwa skor popularitas lebih bersifat **dinamis dan temporal**, sangat bergantung pada interaksi jangka pendek seperti skip rate, penambahan ke playlist personal, pencarian manual, dan engagement instan lainnya. Artinya, popularitas digital tidak selalu sejalan dengan akumulasi stream historis, tetapi lebih mencerminkan *recency effect* yakni bagaimana lagu tampil dalam kurun waktu tertentu di hadapan algoritma dan pengguna fenomena. Fenomena ini menunjukkan kompleksitas dalam pengukuran kesuksesan digital, di mana berbagai metrik saling berinteraksi namun tidak selalu bergerak secara linier atau seragam (Eriksson, M., 2019).

Distribution Pattens: Track Score and Spotify Population

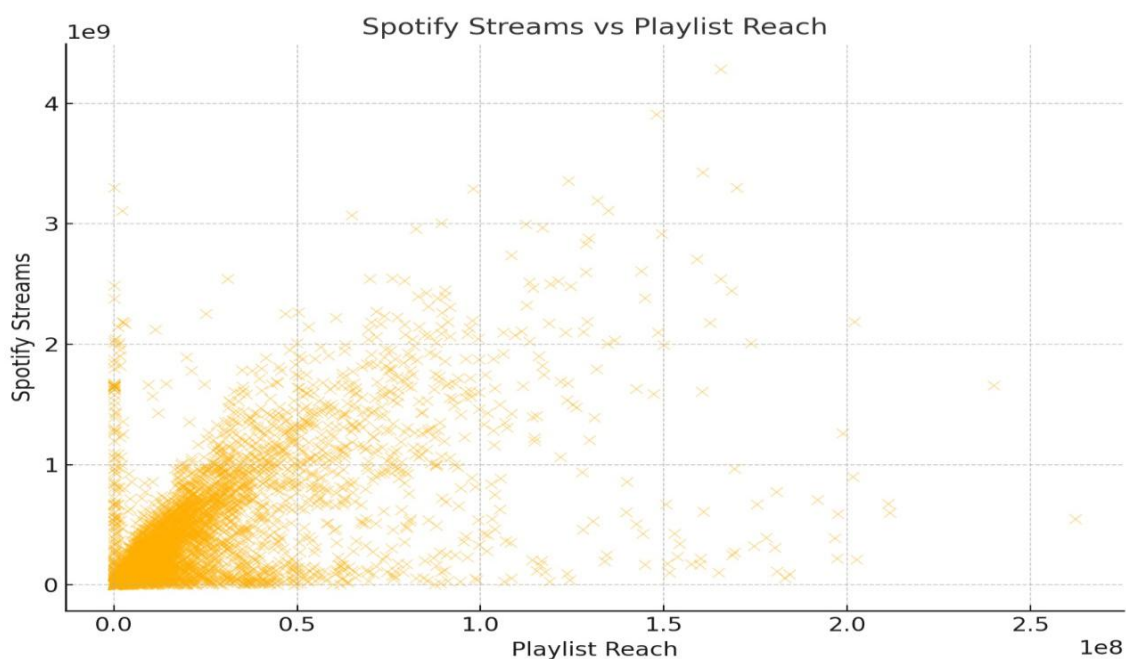


Distribusi Track Score dalam dataset menunjukkan kemiringan tajam ke kanan (*right-skewed distribution*), di mana sebagian besar lagu memiliki skor di bawah 100 dan hanya segelintir lagu yang mencapai nilai ekstrem di atas 400 atau bahkan 700. Fenomena ini menegaskan bahwa **hanya sebagian kecil konten yang mampu menembus pasar global secara masif**, sementara mayoritas lagu tetap berada pada level performa yang relatif rendah. Pola ini sangat khas dalam dinamika ekonomi digital yang dikenal sebagai **long tail phenomenon**, yaitu ketika distribusi perhatian pengguna tidak terbagi rata melainkan terkonsentrasi pada sebagian kecil produk atau konten yang sangat populer (Brynjolfsson, E., Hu, Y. J., & Smith, 2006). Dalam konteks Spotify, ini menandakan bahwa meskipun jutaan lagu tersedia, hanya sedikit yang benar-benar berhasil menjadi hits internasional.

Sebaliknya, distribusi skor **Spotify Popularity** menampilkan bentuk yang lebih simetris dan menyerupai **distribusi normal (bell curve)**, dengan konsentrasi terbesar pada rentang skor antara 60 hingga 75. Ini menunjukkan adanya **homogenisasi popularitas** yang kemungkinan besar dipengaruhi oleh sistem penilaian internal Spotify, yang mempertimbangkan interaksi pengguna secara real-time seperti frekuensi pemutaran, durasi mendengarkan, hingga kecenderungan untuk menyimpan lagu ke dalam playlist. Karena skor ini bersifat dinamis dan dihitung dalam jangka pendek, algoritma Spotify cenderung menjaga kestabilan nilai popularitas untuk lagu-lagu yang tampil baik dalam waktu tertentu, bahkan jika mereka tidak memiliki jumlah stream historis yang tinggi. Artinya, popularitas di Spotify tidak selalu berkorelasi langsung dengan total akumulasi performa, melainkan dengan performa relatif dalam kurun waktu tertentu.

Perbedaan bentuk distribusi antara Track Score dan Spotify Popularity memperlihatkan adanya **dualitas dalam metrik kesuksesan digital**: satu yang bersifat kumulatif dan historis (Track Score), dan satu lagi yang bersifat temporer dan reaktif (Spotify Popularity). Dalam logika ini, track score lebih mencerminkan *legacy success*—yakni keberhasilan jangka panjang yang seringkali bersifat stabil atau bahkan meningkat seiring waktu. Sementara itu, Spotify Popularity mencerminkan *momentum success*, yaitu keberhasilan yang bergantung pada dinamika audiens saat ini. Dualisme ini menciptakan lanskap kompetisi baru di industri musik digital, di mana artis dan label tidak hanya berfokus pada puncak tangga lagu, tetapi juga pada bagaimana menjaga relevansi dan visibilitas jangka pendek dalam ekosistem yang sangat fluktuatif.

Spotify Playlist Reach vs. Spotify Streams: A Linear Relationship



Visualisasi scatterplot antara spotify playlist reach dan spotify streams memperlihatkan hubungan linear yang kuat, menandakan adanya korelasi langsung antara seberapa luas jangkauan playlist dan

seberapa tinggi jumlah stream yang diperoleh lagu tersebut. Dalam konteks ini, playlist bertindak sebagai kanal distribusi utama yang mempertemukan konten musik dengan basis pendengar yang luas. Playlist bukan lagi sekadar fitur tambahan, melainkan telah menjelma menjadi infrastruktur promosi utama dalam ekosistem streaming, di mana setiap tambahan reach secara signifikan meningkatkan probabilitas eksplorasi dan engagement pengguna. Dalam hal ini, playlist reach dapat dipahami sebagai indikator kapabilitas distribusi digital sebuah lagu semakin tinggi reach nya, semakin besar peluang konsumsi oleh audiens.

Namun demikian, terdapat anomali signifikan dalam pola tersebut, dimana beberapa lagu dengan jangkauan playlist yang tergolong sedang atau bahkan rendah justru mencatatkan jumlah stream yang sangat tinggi. Fenomena ini menunjukkan bahwa kuantitas playlist tidak selalu linier dengan kualitas efektivitasnya. Kemungkinan besar, lagu-lagu tersebut dimasukkan ke dalam playlist yang memiliki follower aktif dengan engagement tinggi atau muncul dalam rekomendasi algoritma personalisasi spotify yang sangat efektif. Dalam skenario ini, kualitas kurasi playlist, reputasi playlist, dan waktu penempatan lagu dalam playlist memiliki dampak yang lebih besar di banding sekedar jumlah reach. Ini mengindikasikan bahwa tidak semua playlist memiliki nilai distribusi yang setara; beberapa bertindak sebagai super-distributor karena relasinya dengan audiens target yang aktif.

Temuan ini memperkuat argumen bahwa spotify tidak hanya membentuk sistem distribusi berbasis angka, tetapi juga menciptakan hierarki playlist yang tidak transparan namun sangat berpengaruh. Playlist seperti “Today’s Top Hits” atau “Rap Caviar” memiliki status seperti media arus utama dalam era baru musik digital, dimana eksistensi dalam playlist semacam itu memberikan efek eksponensial terhadap performa lagu. Di sisi lain, ini juga mencerminkan bagaimana peran algoritma dan pengaruh editorial spotify menjadi kekuatan struktural yang tidak hanya memediasi distribusi, tetapi juga mengarahkan preferensi pendengar secara aktif. Dengan demikian, hubungan antara playlist reach dan streaming tidak hanya bersifat statistik, tetapi juga menyimpan dimensi kekuasaan digital yang beroperasi di balik layar ekosistem platform.

KESIMPULAN

Analisis terhadap dataset *Most Streamed Spotify Songs 2024* yang difokuskan pada metrik Spotify mengungkapkan dinamika mendalam dalam lanskap budaya musik digital kontemporer. Dominasi lagu-lagu tertentu seperti “Flowers” oleh Miley Cyrus dan “I like the way you kiss me” oleh Artemas menegaskan bahwa kesuksesan musik saat ini sangat dipengaruhi oleh algoritma platform, jangkauan playlist, dan strategi distribusi digital lintas kanal. Hal ini menandakan pergeseran signifikan dari pola konsumsi tradisional menuju sistem yang sangat tergantung pada performa metrik digital dan keberadaan dalam ekosistem rekomendasi Spotify.

Temuan-temuan statistic dan korelasi menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara playlist reach dan jumlah streaming, serta pola distribusi long tail yang menegaskan bahwa hanya Sebagian kecil lagu yang berhasil meraih perhatian global. Namun demikian, analisis juga mengidentifikasi bahwa popularitas dan performa digital tidak hanya ditentukan oleh angka-angka agregat, melainkan juga oleh faktor dinamis seperti interaksi real-time pengguna, reputasi playlist, serta penempatan strategis dalam sistem kurso algoritmik.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti bagaimana Spotify berperan bukan hanya sebagai platform distribusi music, tetapi juga sebagai actor kultural dan ekonomi yang aktif membentuk arah tren musik global. Platform ini menciptakan ekosistem di mana keberhasilan lagu tidak lagi bersifat organik sepenuhnya, melainkan hasil dari interaksi kompleks antara teknologi, preferensi pengguna, dan strategi pemasaran digital. Oleh karena itu, studi ini memberikan kontribusi penting dalam memahami arsitektur kekuasaan baru dalam budaya populer, sekaligus membuka ruang kajian lanjutan tentang implikasi algoritmik terhadap produksi dan sirkulasi music di era streaming.

DAFTAR PUSTAKA

- Aguiar, L., & Waldfogel, J. (2018). streaming reaches flood stage, does it stimulate or depress music sales? *International Journal of Industrial Organization*, 57, 278–307. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2017.08.003>
- Amalia, D., & Maharani, A. (2022). Analisis persepsi generasi milenial terhadap musik digital: Studi pada pengguna Spotify di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 10(2), 134–149.
- Anderson, C. (2006). *The long tail: Why the future of business is selling less of more*. Hyperion.
- Beer, D. (2016). The social power of algorithms. *Information, Communication & Society*, 20(1), 1–3. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1216147>
- Bonini, T., & Gandini, A. (2020). First week is editorial, second week is algorithmic: Platform gatekeepers and the platformization of music curation. *Social Media + Society*, 6(3), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/2056305120933296>
- Brynjolfsson, E., Hu, Y. J., & Smith, M. D. (2006). From niches to riches: Anatomy of the long tail. *Sloan Management Review*, 47(4), 67–71.
- Burkart, P., & McCourt, T. (2020). *Digital music wars: Ownership and control of the celestial jukebox*. Rowman & Littlefield.
- Eriksson, M., et al. (2019). *Spotify teardown: Inside the black box of streaming music*. MIT Press.
- Gai, P. (2021). Mapping global sound flows: Spotify playlists as a lens into the hybridization of musical tastesNo Title. *Media, Culture & Society*, 43(8), 1361–1377. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0163443721994554>
- Hesmondhalgh, D. (2020). Is music streaming bad for musicians? Problems of evidence and argument. *New Media & Society*, 22(11), 2059–2076. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1461444819887517>

- IFPI. (2023). *Global music report 2023: State of the industry*. International Federation of the Phonographic Industry. <https://www.ifpi.org>
- McKinney, W. (2012). *Python for data analysis: Data wrangling with Pandas, NumPy, and IPython*. O'Reilly Media.
- Meltwater, W. A. S. &. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Morris, J. W., & Powers, D. (2018). Control, curation and musical experience in streaming music services. *Creative Industries Journal*, 8(2), 106–122. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/17510694.2015.1090222>
- Napoli, P. M. (2014). Automated media: An institutional theory perspective on algorithmic media production and consumption. *Communication Theory*, 24(3), 340–360. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/comt.12039>
- Prey, R. (2020). Knowing me, knowing you: Datafication on music streaming platforms. *Information, Communication & Society*, 23(2), 258–273. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1500625>
- Tufte, E. R. (2001). *The visual display of quantitative information (2nd ed.)*. Graphics Press.
- VanderPlas, J. (2016). *Python data science handbook: Essential tools for working with data*. O'Reilly Media.
- Waskom, M. (2021). Seaborn: Statistical data visualization. *Journal of Open Source Software*, 6(60), 3021. <https://doi.org/https://doi.org/10.21105/joss.03021>