

Jenuh Mesin Musik

Laporan terbaru menyebutkan bahwa sekitar 281 juta akun pelanggan Spotify di seluruh dunia mulai merasa jenuh dengan platform tersebut. Penyebab utamanya adalah kebosanan memuncak. Sebuah fenomena yang oleh *CNBC* (19 Januari 2026) disebut sebagai *algorithm fatigue*.

KELUHAN inti pengguna sangat spesifik. Mereka merasa Spotify hanya merekomendasikan konten yang itu-itu saja. Gejala bosan massal ini menjadi puncak gunung es dari dinamika yang telah lama dipelajari dalam studi akademik mengenai kurasi algoritmik.

Tautologi Selera

Sebagaimana kita ketahui, algoritma pada platform musik digital seperti Spotify memang dirancang untuk merekomendasikan lagu-lagu yang dianggap sesuai dengan selera pengguna berdasarkan data (jejak) historis. Namun, praktik ini justru menciptakan sebuah siklus bahwa pengguna secara konstan disugahi jenis musik, gaya, dan karakter artis serupa atau mirip. Marta Ezquerro Fernandez lewat artikelnya berjudul *Effects of algorithmic curation in users' music taste on Spotify* (2024) mengungkap bahwa keberadaan algoritma justru mengurangi keragaman musik dan meningkatkan apa yang disebut sebagai tautologi selera (*taste tautology*) atau selera yang tertaut.

Tautologi selera menggambarkan kondisi pendengar merasa terjebak dalam putaran konten yang dihasilkan secara

otomatis. Di Spotify, hal ini diterjemahkan ke dalam pengalaman mendengarkan musik homogen. Dengan artis dan lagu tertentu yang terus berulang. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa algoritma cenderung memperkuat preferensi yang sudah ada, membentuk gelembung filter (*filter bubbles*) yang membatasi eksposur terhadap pengalaman jenis musik baru. Konsekuensinya, batas-batas eksplorasi musik pengguna menyempit. Kondisi demikian yang kini memicu eksodus sebagian pengguna layanan musik *streaming*.

Fenomena *algorithm fatigue* ini juga telah diamati dalam konteks lebih luas. Riset berjudul *Decoding algorithmic fatigue: The role of algorithmic literacy, information cocoons, and algorithmic opacity* oleh Hui Yang (2024) menjelaskan, kelelahan yang muncul dari interaksi berkepanjangan dengan rekomendasi algoritmik memicu kejenuhan mental dan emosional. Salah satu pendorong utama kelelahan ini, menurut penelitian Hui Yang, adalah keberadaan kepompong informasi (*information cocoons*). Kepompong informasi serupa keadaan bahwa pengguna hanya terpapar pada rangkaian konten homogen akibat penyaringan



Aris Setiawan

algoritmik. Dalam ekosistem musik, ini berarti pendengar terus-menerus mendengarkan aliran musik dengan nuansa dan genre itu-itu saja. Kurangnya variasi inilah yang kemudian memunculkan rasa bosan dan kepenatan, yang kini menyebabkan mereka mencari alternatif.

Paradoks menarik terungkap dalam penelitian Hui Yang. Literasi algoritma, atau pemahaman tentang cara kerja algoritma, ternyata tidak meredakan kelelahan. Justru, pemahaman yang lebih baik dapat memperburuk kejenuhan. Pengguna yang lebih sadar akan bias dan keterbatasan sistem menjadi lebih kritis dan frustrasi, karena mereka menyadari mekanisme di balik siklus rekomendasi repetitif tersebut. Kesadaran ini turut mendorong keputusan untuk meninggalkan platform. Ketidaktransparanan algoritma turut memperparah situasi. Ketika pengguna tidak memahami alasan di balik sebuah rekomendasi lagu, timbul rasa kebingungan dan ketidakper-

cayaan. Opasitas ini menjadikannya interaksi dengan platform terasa seperti menghadapi lubang hitam tak berujung. Pengguna kehilangan kendali atas aliran musik yang mereka dengarkan. Pada gilirannya menambah beban kognitif dan emosional, hingga akhirnya nilai berlangganan dipertanyakan.

Homogenitas

Platform seperti Spotify beroperasi dengan logika *algorithmic*, yakni campuran antara kurasi editorial manusia dan otomatisasi algoritma. Meskipun bertujuan memberikan pengalaman intim-personal, pendekatan ini berpotensi memperkuat homogenitas. *Playlist* yang seolah-olah "dibuat khusus untuk Anda" justru hanya memantulkan jejak digital masa lalu, bukan membuka pintu ke penemuan musik baru. Janji personalisasi gaya berubah menjadi sumber kekecewaan. Respons alami dari pengguna yang mengalami kejenuhan ini adalah resistansi, yang dalam skala besar termanifestasi sebagai migrasi. Penelitian tentang kelelahan algoritma (sebagaimana dalam dua artikel di atas) menunjukkan korelasi kuat antara kelelahan dan perilaku perlawanan terhadap mesin rekomendasi. Pendengar yang lelah cenderung mengabaikan saran algoritma,

mencari musik secara manual, atau bahkan meninggalkan platform sama sekali. Peristiwa itu merupakan bentuk perlawanan kolektif untuk merebut kembali kendali atas pengalaman musikal mereka. Hal ini juga terkait dengan

pola repetitif yang diterapkan, kontrak langganan dengan platform pun terganggu. Perubahan dari model kepemilikan musik ke model *streaming* berbasis platform telah mentransformasi industri musik. Kendali yang sebelumnya dipegang



ILLUSTRASI: NIKALIMBER POE

dominasi algoritma dalam mengkurasi musik, yang menciptakan eksistensi "publik terhitung" (*calculated publics*). Konsep ini merujuk pada kelompok pendengar yang disegmentasikan berdasarkan data, di mana algoritma mengklaim mengetahui selera mereka. Namun, ketika publik ini menyadari keterbatasan dan

oleh kurator manusia seperti jurnalis musik atau programer radio, sebagian besar telah dialihkan ke logika komputasional. Pergeseran kuasa ini memiliki implikasi signifikan.

Kebosanan pengguna Spotify dapat dipahami sebagai upaya mengembalikan otonomi estetis kepada pendengar. Suatu kedaulatan atas pengalaman

musikal yang sebelumnya lebih bermakna pada era sebelum algoritma *streaming* mendominasi. Kelelahan terhadap algoritma adalah sebetulnya penolakan terhadap reduksi selera menjadi pola data yang dapat diprediksi. Persoalan ini menunjukkan kerinduan akan narasi penemuan jenis musik yang lebih organik dan tidak sepenuhnya terukur. Dalam model sebelumnya, musik memiliki konteks, terkait dengan momen, tempat, atau rekomendasi dari seseorang yang riwayat selernya diketahui. Algoritma, yang bekerja berdasarkan korelasi data, tidak sepenuhnya mampu menangkap dimensi kontekstual dan intersubjektif tersebut.

Fenomena ini membuncahkan pertanyaan mendasar tentang agensi dalam era digital. Dominasi algoritma kurasi telah menggeser otoritas dari subjek pendengar ke logika platform. Dengan meninggalkan platform, pengguna secara kolektif menegaskan bahwa musik bukan semacam komoditas yang alirannya dapat dioptimalkan tanpa batas. Terdapat dimensi dalam pengalaman mendengarkan, seperti keintiman, kejutan, dan refleksi, yang menolak untuk sepenuhnya diterjemahkan ke dalam parameter komputasional. Kejenuhan dalam mendengarkan platform musik *streaming* merupakan tanda bahwa efisiensi dan personalisasi algoritmik memiliki batas. (*)