

**MOTIVASI KONSUMEN MENGGUNAKAN FITUR
REKOMENDASI *PLAYLIST* DI SPOTIFY DALAM PEMILIHAN
LAGU**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar sarjana (S1) Ilmu
Komunikasi**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

**REVANO HERPUTRA
1181903042**

**STUDI PROGRAM ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2021**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Revano Herputra

NIM : 1181903042

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Revano Herputra', with a horizontal line underneath.

Tanggal: 18 Agustus 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Revano Herputra

NIM : 1181903042

Program Studi : Ilmu Komunikasi


Fakultas : Ilmu Ekonomi dan Sosial

Judul Skripsi : Motivasi Konsumen Menggunakan Fitur Rekomendasi Playlist di Spotify dalam Pemilihan Lagu

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Dewan Penguji

Pembimbing 1 : Ari Kurnia, S.Sos., M.I.Kom

()

Penguji 1 : Adrian Arditiar, M.I.Kom

()

Penguji 2 : Dr.Prima Mulyasari Agustini, M.Si.

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 18 Agustus 2021

KATA PENGANTAR

Puji Syukur dipanjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Peneliti menyadari bahwa Peneliti tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini tanpa bantuan dan bimbingan yang Peneliti terima. Oleh karena itu, Peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Mbak Ari Kurnia, S.Sos., M.I.Kom, selaku dosen pembimbing yang sudah memberikan arahan, bimbingan dan bantuan kepada peneliti dari awal proses penulisan hingga skripsi ini selesai. Selain itu, Peneliti juga ingin berterimakasih atas ilmu, dan bantuan yang Peneliti terima selama mengemban pendidikan di program Kelas Karyawan Universitas bakrie.
2. Staff Universitas Bakrie yang sudag banyak membantu selama perkuliahan seperti Mas Taufik dan juga staff lainnya yang tidak bisa Peneliti sebutkan satu-satu
3. Mas Adrian Arditiar, M.I.Kom, selaku dosen pembahas skripsi Peneliti yang juga sudah sangat banyak membantu mengarahkan Peneliti dalam menulis dan merancang proposal dan juga proses penelitian ini.
4. Ibu Dr.Prima Mulyasari Agustini, M.Si, selaku dosen pembahas skripsi Peneliti yang juga sudah banyak membantu mengarahkan Peneliti dalam menulis dan merancang proposal dan juga proses penelitian ini.
5. Keluarga Peneliti, Papa dan Mama, Mbak oyin, syam, yang selalu mendukung Peneliti dari segi moril, materil, dan mendoakan Peneliti demi kelancaran penulisan skripsi ini
6. Sahabat SMA Peneliti Annisa, Aisyah, Ucup, Maul, Japang, Peres. Terimakasih atas doa dan dukungan yang diberikan sejak SMA, selalu menjadi pendengar yang baik dan selalu menyemangati Penulis disegala kondisi.

7. Sahabat Rumah Peneliti, Dida, Filza, Kemal, Farid, Ernest yang selalu menyemangati Peneliti saat sedang proses pembuatan skripsi.
8. Sahabat IPB Peneliti, Ario, Meidiana, Luci, Feizar, Fuady, Ipul, Amar, Abang. sahabat baik sejak D3 di IPB yang pernah berjuang bersama dan tetap mendukung langkah yang dipilih oleh Penulis.
9. Sahabat Peneliti selama perkuliahan di Ilkom B Universitas Bakrie Batch X, Radit, Bintang, Ratih, Elsa, Nury, Fadel, Gita, Erza, Syifa, Talitha, Desi, Kiki dan semuanya yang Peneliti tidak bisa sebutkan satu persatu.
10. Semua orang yang turut membantu dan memiliki andil dalam proses penelitian serta penyusunan skripsi ini.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu, Peneliti memohon maaf dan maklum, serta sangat menerima kritik dan saran yang membangun yang mungkin bisa berguna baik bagi karya tulis ini dan bagi peneliti sendiri. Akhir kata, Peneliti mengucapkan terimakasih pada siapapun yang sudah membaca dan menjadikan Skripsi ini sebagai referensi. Peneliti berharap penelitian dalam skripsi ini dapat berguna bagi siapapun yang membacanya.

Jakarta, 18 Agustus 2021

Revano Herputra

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Revano Herputra
NIM : 1181903042
Program Studi : Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“MOTIVASI KONSUMEN MENGGUNAKAN FITUR REKOMENDASI
PLAYLIST DI SPOTIFY DALAM PEMILIHAN LAGU”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmediaformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Jakarta, 18 Agustus 2021

Yang Menyatakan



Revano Herputra

MOTIVASI KONSUMEN MENGGUNAKAN FITUR REKOMENDASI *PLAYLIST* DI SPOTIFY DALAM PEMILIHAN LAGU

REVANO HERPUTRA

ABSTRAK

Penelitian ini berangkat dari bagaimana konsumen melakukan suatu perilaku yang berbeda-beda terhadap penggunaan fitur pada aplikasi. Oleh karena itu, Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan mendeskripsikan bagaimana motivasi konsumen menggunakan fitur rekomendasi *playlist* pada aplikasi *streaming* musik digital Spotify. Penelitian ini dilakukan berdasarkan teori motivasi konsumen yang dikemukakan oleh Maslow dalam Fadilla dan Lestari yang dikaitkan dengan teori *information seeker* yang dicetuskan oleh Yusup. Motivasi konsumen tersebut dibagi menjadi dua yakni motivasi rasional dan motivasi emosional dalam keputusannya menggunakan fitur pada suatu aplikasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data pada penelitian kali ini dilakukan dengan wawancara mendalam kepada sembilan pengguna aplikasi Spotify serta fitur rekomendasi *playlist* yang tersedia pada Spotify. Wawancara dilakukan melalui media jejaring sosial seperti Whatsapp dan Line. Format wawancara dilakukan dengan *chat* serta *voice note*. Didapatkan beragam motivasi konsumen saat menggunakan rekomendasi *playlist* sebagai media pemilihan lagu. Kesimpulan yang didapatkan adalah Pengguna menggunakan fitur rekomendasi *playlist* secara motivasi rasional yakni lebih kepada untuk mencari lagu lebih mudah karena lengkapnya kategori yang disediakan oleh Spotify pada fitur tersebut. Motivasi emosional yang ditunjukkan pada pengguna yakni menggunakan rekomendasi *playlist* sebagai media untuk memperbaiki suasana hati. Selain itu, pengguna tidak hanya menggunakan fitur rekomendasi *playlist* hanya untuk mencari preferensi lagu baru. Berbagai motivasi pengguna dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi.

Kata kunci: rekomendasi *playlist*, motivasi konsumen, *information seeker*

CONSUMER MOTIVATION USING SPOTIFY PLAYLIST RECOMMENDATION FEATURES IN SONG SELECTION

REVANO HERPUTRA

ABSTRACT

This research is departs from how consumers behave differently towards the use of features in applications. This research is aimed to see and describe how motivated consumers use the playlist recommendation feature in the Spotify digital music streaming application. This research was conducted based on the theory of consumer motivation proposed by Maslow in Fadilla and Lestari and linked to the theory of information seeking proposed by Yusup. The consumer motivation is divided into two, namely rational motivation and emotional motivation in their decision to use features in an application. This study is uses a qualitative descriptive analysis method. This research was conducted with in-depth interviews with nine Spotify application users and the playlist recommendation feature on Spotify. Interviews were conducted through social networking media such as Whatsapp and Line. The interview format is carried out by chat and voice notes. Various consumer motivations are obtained by using playlist recommendations as a medium for selecting songs. The conclusion is that the users uses the playlist recommendation feature in a rational motivation, which is more easier to find songs because of the complete categories provided by Spotify in this feature. Emotional motivation shown to users is to use playlist recommendations as a medium to improve mood. In addition, users don't just use the playlist recommendation feature just to find new song preferences. Various user motivations are influenced by several factors such as cultural, social, personal, and psychological.

Key words: playlist recommendation, consumer motivation, information seeking

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10

BAB II KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	11
--	----

2.2. Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran.....	21
2.2.1. Motivasi konsumen	21
2.2.1.1. Motivasi Rasional.....	23
2.2.1.2. Motivasi Emosional.....	23
2.2.2. Indikator Motivasi Konsumen.....	24
2.2.4 Psikologi Konsumen.....	24
2.2.5. <i>Information seeker</i>	27
2.3. Kerangka Pemikiran.....	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian.....	30
3.2. Objek dan Subjek Penelitian	30
3.2.1. Objek Penelitian.....	30
3.2.2. Subjek Penelitian	31
3.3. Sumber Data dan Teknik Pengambilan Data	31
3.3.1. Data Primer.....	31
3.3.2. Data Sekunder.....	32
3.3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4. Definisi Konseptual.....	33
3.5. Teknik Analisis Data.....	34
3.6. Teknik Pengujian Keabsahan Data	36
3.7. Keterbatasan Penelitian.....	36

BAB IV HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian.....	37
4.1.1. Sejarah Aplikasi Streaming musik Spotify.....	37
4.1.2. Gambaran Subjek Penelitian.....	39

4.2. Hasil Penelitian.....	44
4.2.1. Motivasi Konsumen.....	44
4.2.2. <i>Information seeker</i>	58
4.3. Pembahasan.....	61
4.3.1. Motivasi Pemilihan Lagu melalui Rekomendasi <i>Playlist</i> Berkaitan dengan Faktor Kebudayaan.....	61
4.3.2. Motivasi Pemilihan Lagu melalui Rekomendasi <i>Playlist</i> Berkaitan dengan Faktor Sosial.....	65
4.3.3. Motivasi Pemilihan Lagu melalui Rekomendasi <i>Playlist</i> Berkaitan dengan Faktor Pribadi.....	68
4.3.4. Motivasi Pemilihan Lagu melalui Rekomendasi <i>Playlist</i> Berkaitan dengan Faktor Psikologi.....	71
4.3.5. Fitur Rekomendasi <i>Playlist</i> Sebagai Sumber <i>Information seeker</i>	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	76
5.2. Saran.....	78
5.2.1. Saran Akademis.....	78
5.2.2. Saran Praktis.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Pengguna Spotify dan Apple Music.....	5
Gambar 1.2 Data Pengguna.....	6
Gambar 1.3 Tampilan Menu-Menu Beserta Fitur yang Disediakan Pada Layar Antarmuka di Spotify	8
Gambar 1.4 Rekomendasi <i>Playlist</i> di Spotify	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.1 Logo Spotify.....	37
Gambar 4.2 Rekomendasi Playlist.....	38
Gambar 4.3 Iklan <i>playlist</i> di Spoify.....	62
Gambar 4.4 <i>Playlist</i> Indonesia.....	64
Gambar 4.5 <i>Playlist</i> Puncak Klasemen.....	67
Gambar 4.6 Variasi <i>Playlist</i> Spotify.....	72
Gambar 4.7 <i>Playlist</i> Spotify Berdasarkan <i>Mood</i>	73
Gambar 4.8 <i>Playlist</i> Spotify Kategori <i>Concert</i>	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Tabel Definisi Konseptual	33