

**ANALISIS *BRAND ENGAGEMENT* SPOTIFY WRAPPED 2023
DALAM MENCIPTAKAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
(Studi Kasus pada Instagram @spotifyid)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1)
Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial**



NADYA KHAIRIA

1201003148

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2024**

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: Nadya Khairia

NIM: 1201003148

Tanda Tangan:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nadya', is written over a light blue grid background. A long, horizontal, slightly curved line is drawn below the signature.

Tanggal: 30 Juni 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama: Nadya Khairia

NIM: 1201003148

Program Studi: Ilmu Komunikasi

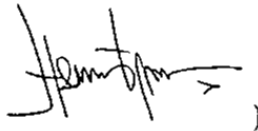
Fakultas: Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi: Analisis *Brand Engagement* Spotify Wrapped 2023 dalam Menciptakan *Electronic Word of Mouth* (Studi Kasus pada Instagram @spotifyid)


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

DEWAN PENGUJI

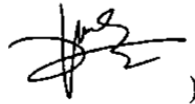
Pembimbing: Dr. Hanny Nurahmawati (



Penguji: Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac



Penguji: Ahmad Sadariskar, M.Si (



Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal: 2 Agustus 2024

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama: Nadya Khairia

NIM: 1201003148

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:

**ANALISIS *BRAND ENGAGEMENT* SPOTIFY WRAPPED 2023
DALAM MENCIPTAKAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
(Studi Kasus pada Instagram @spotifyid)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, 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

Pada tanggal: 30 Juni 2024

Yang menyatakan



(Nadya Khairia)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Analisis Brand Engagement Spotify Wrapped 2023 dalam Menciptakan Electronic Word of Mouth (Studi Kasus pada Instagram @spotifyid)*" dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Penulis menyadari tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya yang tiada henti-hentinya. Berkat kasih sayang-Nya, penulis diberikan kekuatan, kesehatan, serta kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.

2. Miss Hanny Selaku Dosen Pembimbing

Terima kasih sebesar-besarnya kepada Miss Hanny, selaku dosen pembimbing, yang dengan penuh kesabaran dan ketelitian telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Bimbingan beliau sangat berharga dan membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini hingga selesai dengan baik.

3. Para Informan dan Triangulator

Penulis juga berterima kasih kepada para informan dan triangulator yang telah meluangkan waktu dan berbagi informasi yang sangat penting untuk penelitian ini. Tanpa partisipasi dan kontribusi mereka, penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar.

4. Orang Tua

Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua tercinta yaitu Umi dan Abi yang telah memberikan dukungan moril, dan motivasi selama ini. Tanpa doa, kasih sayang, dan pengorbanan mereka, penulis tidak akan mampu mencapai titik ini.

5. Sahabat Terdekat

Rasa terima kasih yang mendalam juga penulis sampaikan kepada sahabat-sahabat terdekat yakni grup “Ngopi”, “Powerpuff Girls”, teman semasa SMA yakni Salsa dan teman-teman terdekat penulis selama kuliah yakni Chika dan Erlangga yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan bantuan dalam berbagai bentuk. Persahabatan dan solidaritas mereka selalu menjadi sumber inspirasi dan dorongan yang sangat berarti bagi penulis.

6. Diri Sendiri

Terakhir, penulis juga ingin mengapresiasi diri sendiri atas semangat untuk terus berjuang dalam hidup, ketekunan, kerja keras, dan komitmen yang telah dicurahkan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan ujian yang ada. Penulis menyadari bahwa perjalanan ini penuh dengan tantangan, namun setiap langkah telah memberikan pelajaran dan pengalaman berharga yang akan selalu dikenang, serta semoga masa depan menjadi jauh lebih baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri, pembaca, dan semua pihak yang memerlukan.

Jakarta, 30 Juni 2024

Penulis,
Nadya Khairia

**ANALISIS *BRAND ENGAGEMENT* SPOTIFY WRAPPED 2023
DALAM MENCIPTAKAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
(Studi Kasus pada Instagram @spotifyid)**

Nadya Khairia

ABSTRAK

Spotify Wrapped adalah kampanye tahunan yang merangkum aktivitas musik pengguna sepanjang tahun, menawarkan pengalaman yang sangat personal dan menarik bagi penggunanya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *Brand Engagement* Spotify Indonesia melalui kampanye Spotify Wrapped 2023 dapat menciptakan *Electronic Word of Mouth* (eWOM) dan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus serta observasi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan empat informan yang aktif menggunakan Spotify Wrapped sekaligus menjadi pengikut media sosial Instagram Spotify Indonesia, serta menganalisis konten Instagram Spotify Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Spotify Wrapped 2023 berhasil membangun *brand engagement* melalui tiga dimensi yakni pada dimensi *cognitive*, *emotional* dan *behavioral*. Lalu dalam konteks eWOM, peneliti menemukan bahwa *intensity*, *content*, dan *valance of opinion* memainkan peran penting dalam menciptakan eWOM. Kesimpulannya, Spotify Wrapped berhasil menciptakan *brand engagement* yang kuat, yang pada akhirnya menghasilkan eWOM yang efektif. Hal ini menunjukkan bahwa kampanye yang dipersonalisasi dan emosional dapat menjadi alat yang ampuh dalam membangun *brand engagement* serta dengan eWOM dapat meningkatkan visibilitas *brand*.

Kata Kunci: Spotify Wrapped, Instagram, *Brand Engagement*, *Electronic Word of Mouth* (eWOM).

***ANALYSIS OF BRAND ENGAGEMENT SPOTIFY WRAPPED 2023 IN
CREATING ELECTRONIC WORD OF MOUTH***

(Case Study on Instagram @spotifyid)

Nadya Khairia

ABSTRACT

Spotify Wrapped is an annual feature that summarizes a user's music activity throughout the year, offering a highly personalized and engaging experience for its users. This research aims to analyze how Spotify Indonesia Brand Engagement through the Spotify Wrapped 2023 can create Electronic Word of Mouth (eWOM) and uses qualitative methods with a case study and observation approach. Data was collected through in-depth interviews with four informants who actively use Spotify Wrapped and are followers of Spotify Indonesia's Instagram social media, as well as analyzing Spotify Indonesia's Instagram content. The research results show that Spotify Wrapped 2023 has succeeded in building brand engagement through three dimensions, namely the cognitive, emotional and behavioral dimensions. Then in the context of eWOM, researchers found that intensity, content, and valance of opinion play an important role in creating eWOM. In conclusion, Spotify Wrapped succeeded in creating strong brand engagement, which ultimately resulted in effective eWOM. This shows that personalized and emotional can be a powerful tool in building brand engagement and eWOM can increase brand visibility.

Keywords: *Spotify Wrapped, Instagram, Brand Engagement, Electronic Word of Mouth (eWOM).*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.4.2 Manfaat Praktis	15
BAB II.....	16
TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Teori dan Konsep yang Relevan	16
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	16
2.1.2 Komunikasi Pemasaran Digital.....	17
2.1.3 <i>Brand Engagement</i>	19
2.1.4 <i>Electronic Word of Mouth</i>	19
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	21
2.3 Model Kerangka Pemikiran	26
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN	27
3.1 Desain dan Pendekatan	27
3.2 Obyek dan Subyek	27
3.3 Pengumpulan Data	28
3.3.1 Sumber Data.....	28
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	28

3.4 Analisis Data.....	30
3.5 Triangulasi Data.....	30
3.6 Operasionalisasi Konsep/Isu.....	31
BAB IV	33
HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	33
4.1.1 Gambaran Profil Spotify	33
4.1.2 Gambaran Spotify Wrapped.....	34
4.1.3 Gambaran Objek Penelitian	37
4.1.4 Gambaran Subyek Penelitian	41
4.1.5 Profil Triangulator.....	43
4.2 Penyajian Data	44
4.2.1 <i>Brand Engagement</i>	44
4.2.2 <i>Electronic Word of Mouth</i>	50
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	59
4.3.1 Ucapan dari Artis Dapat Membangun Kedekatan Terhadap Spotify.....	59
4.3.2 <i>Fear Of Missing Out (FOMO)</i> Mendorong Pengguna Melakukan <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i>	62
4.3.3 <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i> Dapat Menjadi <i>Free Marketing</i>	64
4.3.4 Konten Spotify Wrapped 2023 yang Dibagikan Oleh Pengguna di Instagram	66
4.3.5 Personalisasi Konten dari Spotify Wrapped 2023 Mendukung Pengguna Melakukan <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i>	67
BAB V	69
SIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Simpulan	69
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	70
5.3 Saran dan Implikasi.....	70
5.3.1 Saran Teoritis	70
5.3.2 Saran Praktis	71
DAFTAR PUSTAKA	72
DAFTAR LAMPIRAN.....	76
Lampiran 1	76
Lampiran 2	85
Lampiran 3	94
Lampiran 4.....	99

Lampiran 5	109
Lampiran 6	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data pertumbuhan pelanggan streaming musik	2
Gambar 1. 2 Data pangsa pasar streaming musik global 2023	3
Gambar 1. 3 Akun Instagram Youtube Music dan Apple Music.....	4
Gambar 1. 4 Akun Instagram Resso Indonesia.....	4
Gambar 1. 5 Tampilan Instagram Joox	5
Gambar 1. 6 Unggahan Terakhir Instagram Joox	5
Gambar 1. 7 Unggahan 2023 Wrapped Spotify	6
Gambar 1. 8 Jumlah Pengguna Spotify.....	7
Gambar 1. 9 Jumlah pelanggan Spotify	8
Gambar 1. 10 Platform musik yang sering digunakan.....	9
Gambar 1. 11 Top Apps Ranking Music & Audio	9
Gambar 1. 12 Akun Instagram Spotify Indonesia.....	11
Gambar 1. 13 Unggahan Instagram Spotify Wrapped 2021-2023.....	12
Gambar 1. 14 Instagram Stories Add Yours Spotify Indonesia.....	12
Gambar 1. 15 Spotify Wrapped Visual 2017	13
Gambar 2. 1 <i>Promotion Mix</i>	17
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4. 1 Logo Spotify.....	33
Gambar 4. 2 Tampilan Spotify Wrapped 2019	35
Gambar 4. 3 Tampilan Spotify Wrapped 2020	35
Gambar 4. 4 Tampilan Spotify Wrapped 2021	36
Gambar 4. 5 Tampilan Spotify Wrapped 2022	36
Gambar 4. 6 Tampilan Spotify Wrapped 2023	37
Gambar 4. 7 Instagram Spotify Indonesia	38
Gambar 4. 8 Feed Instagram @spotifyid	39
Gambar 4. 9 Reels Instagram @spotifyid	40
Gambar 4. 10 Highlights Stories @spotifyid	41
Gambar 4. 11 Rafi Ahmad Muzaki	42
Gambar 4. 12 Cantika Salsabila	42
Gambar 4. 13 Erlangga Krisna Yogi.....	43
Gambar 4. 14 Crispiana Aldian.....	43
Gambar 4. 15 Hilman Maulana	44
Gambar 4. 16 Spotify Wrapped 2023 Rafi.....	51
Gambar 4. 17 Unggahan yang disukai oleh Erlangga.....	52
Gambar 4. 18 Konten Spotify Wrapped 2023.....	54
Gambar 4. 19 Konten Instagram Spotify Wrapped 2023.....	55
Gambar 4. 20 Unggahan Spotify Wrapped 2023	56
Gambar 4. 21 Unggahan Spotify Wrapped 2023 Chika	57
Gambar 4. 22 Unggahan Spotify Wrapped 2023	58
Gambar 4. 23 Konten Ucapan Artis Favorit Rafi	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya.....	23
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep.....	31