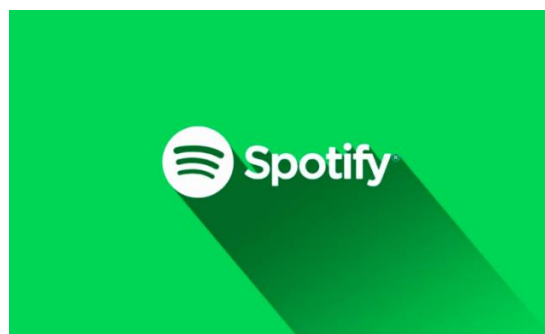


## BAB II

### MEKANISME PLATFORMISASI SPOTIFY

#### 2.1 Profil Spotify

Spotify merupakan salah satu platform layanan *streaming* musik digital yang menyediakan akses konten audio dan audiovisual secara global. Platform ini memungkinkan penggunanya untuk dapat menikmati musik secara *on-demand* melalui berbagai perangkat berbasis internet seperti komputer, ponsel, tablet, TV, hingga mobil. Dalam menunjang pengalaman pengguna, Spotify menyediakan akses terhadap jutaan lagu, *podcast*, video, hingga konten lain dari kreator di seluruh dunia (Spotify.com, 2025). Spotify hadir dengan misi “*to unlock the potential of human creativity*” dengan cara memberikan kesempatan bagi jutaan kreator untuk hidup dari karya seni mereka serta memfasilitasi pengguna untuk dapat memperoleh pengalaman artistik saat menikmati konten yang ada. Hal tersebut menunjukkan bahwa Spotify berperan sebagai pendukung ekosistem digital yang menghubungkan musisi dengan penikmat musik.



**Gambar 2.1** Logo Spotify

Sumber: Spotify.com, 2020

Spotify sendiri pertama kali diluncurkan di Swedia pada tahun 2008 dan kini telah beroperasi di lebih dari 184 negara, mencakup wilayah Amerika, Eropa, Afrika, dan Asia termasuk Indonesia. Saat ini, Spotify diketahui memiliki 713 juta *monthly active users* secara global berdasarkan data yang dihimpun pada Q3 tahun 2025 (demandsage.com, 2025). Spotify juga memiliki berbagai jenis koleksi konten dengan jumlah lebih dari 100 juta *tracks*, 7 juta *podcast*, dan 500 ribu *audiobooks* yang dapat diakses para pengguna. Tingginya jumlah koleksi konten pada katalog Spotify memungkinkan pengguna untuk memiliki pilihan yang luas dalam menemukan serta mengeksplorasi berbagai jenis genre musik, artis, maupun jenis *podcast* sesuai kebutuhan.

Sebagai platform *streaming* musik, Spotify menawarkan dua jenis layanan yang bisa dipilih pengguna yakni freemium dan premium. Layanan freemium memungkinkan pengguna untuk bisa mengakses musik secara gratis, tetapi disertai sejumlah iklan dan keterbatasan fitur. Sebaliknya, layanan premium memungkinkan pengguna untuk mendengarkan musik tanpa iklan disertai beberapa keuntungan seperti akses *download* musik untuk didengarkan *offline*, *streaming* musik dengan *lossless audio*, serta pemutaran musik sesuai urutan yang diinginkan pengguna. Saat ini, tercatat ada 290 juta pengguna layanan premium dari total pengguna Spotify di seluruh dunia (Spotify.com, 2025).

Dalam persaingan industri *streaming musik*, Spotify masih menjadi pemimpin pangsa pasar global dengan *market share* sebesar 31.7%

(Prioridata.com, 2025). Hal tersebut menunjukkan dominasi Spotify dibandingkan para pesaingnya seperti Apple Music, Amazon Music, Joox, dan YouTube Music. Dengan posisinya yang unggul, Spotify terus berupaya menerapkan berbagai strategi dan taktik guna mempertahankan dominasinya pada pasar persaingan layanan *streaming* musik.

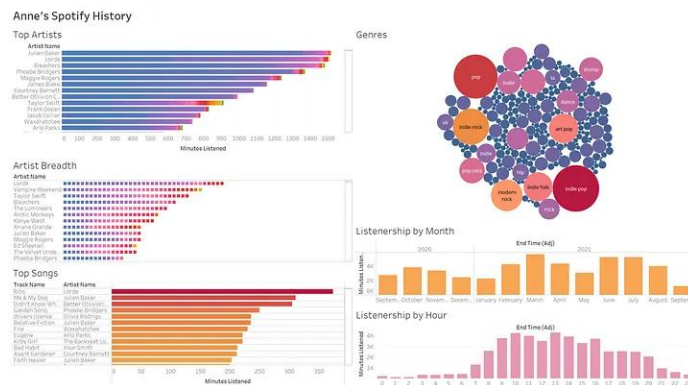
## **2.2 Mekanisme Platformisasi Spotify**

Pada ekosistem layanan *streaming* musik digital, Spotify tidak hanya berperan sebagai penyedia konten yang menghubungkan musisi dengan pendengar, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk budaya serta aktivitas baru. Hal ini terjadi karena Spotify menjalankan mekanisme platformisasi yang bekerja melalui interaksi dinamis antara berbagai aktor, di mana hasil interaksi tersebut seringkali memicu disrupti terhadap nilai tradisional (Van Dijck & Poell, 2013). Dalam hal ini, Spotify tidak pernah bersifat netral karena mereka bekerja sesuai logika platform dengan menyembunyikan beberapa hal. Di Spotify sendiri, platformisasi terjadi dengan 3 mekanisme sebagai berikut:

### **2.2.1. Datafikasi di Spotify**

Sebagai pemilik platform, Spotify telah menjalankan mekanisme datafikasi dengan mengubah aktivitas penggunanya menjadi data yang dapat dibaca, dianalisis, dan digunakan untuk berbagai tujuan. Aktivitas yang direkam Spotify umumnya berasal

dari *listening activity* pengguna meliputi jumlah menit mendengarkan musik, periode mendengarkan musik, artis yang sering didengarkan, genre dan album yang sering diputar, posisi pengguna dibanding pengguna lainnya pada demografi tertentu, hingga suasana hati pengguna kala mendengarkan musik di waktu tertentu. Selain itu, Spotify juga merekam perilaku aktif pengguna saat mendengarkan musik seperti tindakan *skip*, *hide*, *like*, *save*, *share* lagu, hingga *mute* artis tertentu. Berdasarkan riwayat aktivitas tersebut, Spotify kemudian berusaha membangun profil selera musik pengguna secara personal.

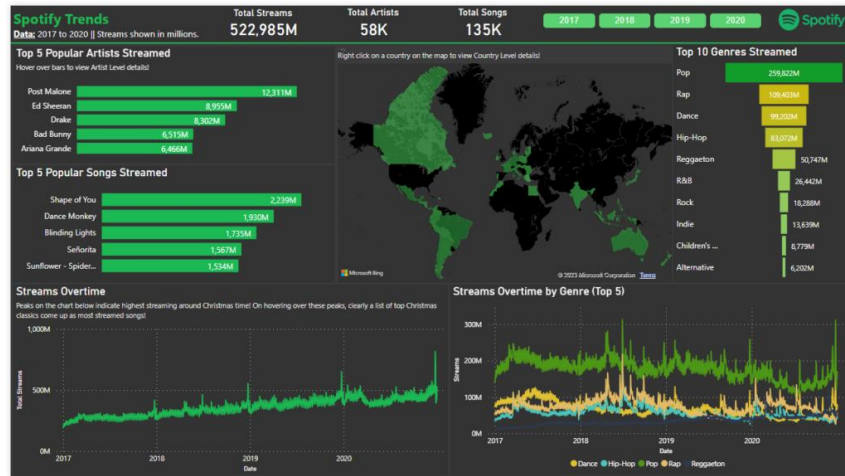


**Gambar 2.2** Visualisasi data *listening history* pengguna Spotify

Sumber: medium.com (2021)

Selain mencakup data pengguna secara individual, datafikasi di Spotify juga menghasilkan data Spotify *trends* yang mencakup penggunaan Spotify oleh seluruh pengguna di dunia. Data tren ini

meliputi *popular tracks, popular artist, streams overtime, hingga top genre* dalam skala global pada rentang periode tertentu.



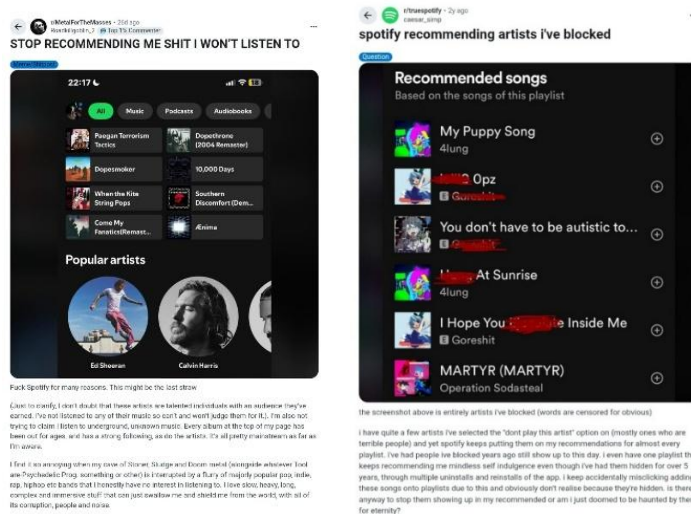
**Gambar 2.3** Visualisasi data Spotify trends 2017-2020

Sumber: datavibe.co (2022)

### 2.2.2. Komodifikasi di Spotify

Komodifikasi di Spotify bergerak dengan mentransformasi aktivitas dan perilaku pengguna menjadi suatu komoditas yang memiliki nilai tukar ekonomi. Pada proses ini, Spotify menggunakan data pengguna untuk kepentingan komersial yang menguntungkan platform. Pertama, Spotify dapat memanfaatkan data pengguna untuk mempromosikan atau meningkatkan *streaming* artis tertentu yang rela membayar sejumlah royalti kepada Spotify agar lagunya bisa direkomendasikan dan ditampilkan kepada pendengar potensial. Namun, tindakan komodifikasi ini tampak memperoleh

respon negatif dari banyak pengguna. Beberapa pengguna mengeluhkan adanya *stream farming*, ketidakcocokan artis dengan selera pengguna, hingga kebingungan mengapa artis tertentu tetap muncul meski telah diblokir oleh pengguna. Keluhan-keluhan tersebut tampak disuarakan pada platform Reddit yang kemudian mendapat banyak komentar selaras, di mana banyak pengguna Spotify lainnya turut mengeluhkan hal serupa.



**Gambar 2.4** Keluhan terhadap artis rekomendasi Spotify

Sumber: Reddit.com

Selain melakukan komodifikasi untuk kepentingan bisnis antara platform dan artis, Spotify juga memanfaatkan data pengguna untuk tujuan pribadi melalui personalisasi musik yang diklaim mampu memahami selera pengguna. Proses ini dilakukan untuk

meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna terhadap platform. Jika pengguna merasa selera mereka bisa dimengerti dengan baik oleh platform, maka hal ini diharapkan mampu meningkatkan retensi pengguna terhadap Spotify. Namun, tujuan ini tidak selamanya direspon positif oleh pengguna karena justru banyak pengguna yang merasa bahwa Spotify salah membaca preferensi personal mereka dan kurang memahami penggunanya dengan baik.

### **2.2.3. Seleksi di Spotify**

Pada mekanisme seleksi, Spotify memiliki kendali untuk mengkurasi dan mengatur visibilitas konten musik yang akan didistribusikan kepada pengguna. Namun, mekanisme ini tidak sebatas dipahami sebagai proses filterisasi, melainkan juga bertujuan untuk memicu aktivitas pengguna (Van Dijck, 2018). Di Spotify sendiri, proses kurasi musik umumnya terbagi menjadi dua jenis, yakni kurasi oleh editor ahli musik yang memiliki pengetahuan mumpuni tentang musik serta ada kurasi oleh algoritma berbasis aktivitas pengguna yang dilakukan oleh teknologi Spotify. Lebih lanjut, mekanisme seleksi Spotify terbagi menjadi tiga jenis seleksi sebagai berikut:

#### **1) Personalisasi**

Jenis seleksi berbasis personalisasi menekankan klaim bahwa Spotify telah memilih dan menyajikan

konten berdasarkan data pengguna. Data tersebut meliputi *interest*, *desires*, hingga *needs* dari tiap pengguna yang diambil dari pola penggunaan pengguna. Namun, hasil seleksi berbasis personalisasi tidak selamanya transparan karena masih terdapat praktik teknokomersial yang dijalankan platform. Hal ini menyebabkan beberapa pengguna masih mengeluhkan hasil kurasi Spotify yang belum sepenuhnya terasa relevan.

## 2) Tren

Dalam melakukan seleksi, Spotify turut mempertimbangkan unsur tren serta perilaku umum yang terjadi di banyak pengguna untuk menyelaraskan rekomendasi bagi semua orang. Namun, unsur tren serta viralitas ini turut memperoleh respon negatif dari pengguna Spotify. Beberapa pengguna mengeluhkan kualitas kurasi Spotify dan merasa frustrasi dengan dominasi lagu viral yang disajikan Spotify, di mana lagu tersebut tidak relevan dengan preferensinya.



**Gambar 2.5** Keluhan pengguna Spotify terhadap banyaknya lagu viral TikTok di rekomendasikan

Sumber: Reddit.com, 2024

### 3) Moderasi

Dalam menjalankan platform, Spotify turut memiliki aturan dan kebijakan yang mengikat proses penyaringan konten. Umumnya, Spotify akan membatasi atau menghapus konten yang mengandung unsur sensitif dan berbahaya seperti konten-konten ujaran kebencian atau konten eksplisit. Hal ini dilakukan Spotify guna menjaga standar komunitas dan melindungi kenyamanan pengguna. Di sini, Spotify juga mempertimbangkan laporan dari pengguna untuk meninjau apakah suatu konten perlu dihapus atau dibatasi dari platform. Semakin banyak laporan yang ditemui pada musik tertentu, maka semakin besar

kemungkinan Spotify akan menonaktifkan atau menyembunyikannya dari platform.

### 2.3 Jenis *Personalized Playlist* di Spotify

*Personalized playlist* merupakan *playlist* berisi sejumlah rekomendasi musik yang dikurasi menggunakan algoritma berdasarkan data *listening history* pengguna. *Playlist* ini berusaha menawarkan pengalaman mendengarkan musik yang personal dan relevan kepada pengguna. Saat pengguna menggunakan Spotify, seluruh bentuk interaksinya akan ditangkap dan diinterpretasikan sebagai selera pengguna oleh mesin algoritma. Interaksi tersebut meliputi tindakan mencari, mendengarkan, melewati, memblokir, menyukai, atau menyimpan musik ke koleksi pribadi. Hasil rekomendasi pada *personalized playlist* juga didasarkan pada informasi apa yang dibagikan pengguna kepada Spotify. Misalnya, pilihan bahasa dapat memengaruhi pilihan musik dari negara tertentu yang akan disajikan platform kepada pengguna. Selain itu, *personalized playlist* turut mempertimbangkan tren yang menunjukkan kemiripan pola perilaku dari beberapa pengguna untuk diadopsi dan ditawarkan kepada pengguna lain.

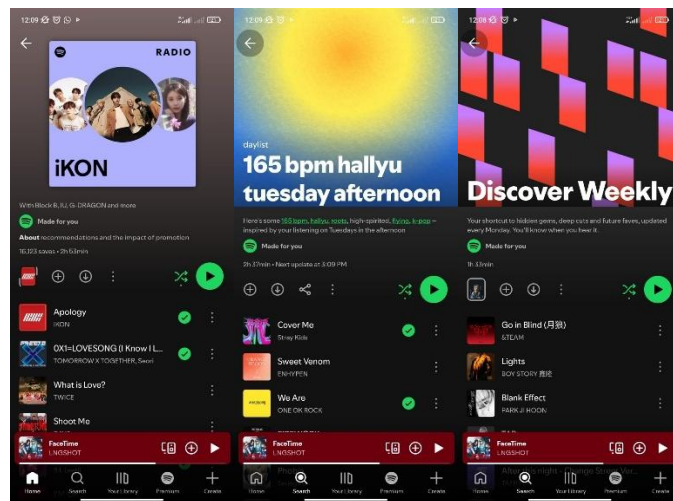
*Personalized playlist* umumnya ditandai dengan keterangan '*made for you*' di bawah deskripsi *playlist*. Keterangan ini menegaskan bahwa Spotify berupaya menyajikan rekomendasi musik yang dipersonalisasi secara khusus sesuai selera tiap-tiap pengguna. Berdasarkan perbedaan dari

isi konten musiknya, Spotify memiliki beberapa jenis *personalized playlist* sebagai berikut:

- a. *Mood-Time Based*, yakni jenis *personalized playlist* yang disusun berdasarkan suasana hati serta waktu-waktu tertentu, di mana musik yang direkomendasikan umumnya telah disesuaikan dengan *listening history* pengguna. Contoh *playlist* berbasis suasana hati dan waktu yang cukup sering digunakan pengguna Spotify adalah Daylist. Fitur ini menyajikan sejumlah genre musik dengan vibes spesifik pada jam-jam tertentu, misalnya “Hallyu Sunday Morning” dan “Chill Saturday Late Night”
- b. *Activity Based*, yakni *personalized playlist* berisikan rekomendasi lagu dengan judul spesifik yang cocok untuk didengar saat pengguna melakukan aktivitas spesifik. Contoh *playlist* ini adalah “*Workout*”, “*Commute*”, dan “*Study Time*”. Umumnya, lagu yang direkomendasikan juga disesuaikan dengan genre dan artis kesukaan pengguna yang dicocokkan dengan jenis aktivitas yang berlangsung.
- c. *Mixes, Radio, and Stations*, yakni *personalized playlist* yang biasanya disusun berdasarkan beberapa kategori spesifik. Mulai dari kategori artis seperti “One Direction Radio”, kategori genre seperti “Korean RnB Stations”, dan kategori *vibes* seperti “Happy Mix.” Pada tampilan di aplikasi pengguna, jenis

Stations, Radio, dan Mixes yang disuguhkan umumnya disesuaikan dengan kategori tertentu yang paling diminati dan sering didengarkan.

- d. *Discovery-Based*, yakni *personalized playlist* yang disusun untuk memberikan rekomendasi musik kepada tipe pengguna yang tengah mencari referensi musik baru, tetapi masih relevan dengan selera personalnya. Contohnya adalah Discover Weekly dan Release Radar yang rutin diperbarui tiap minggunya kepada pengguna.



**Gambar 2.6** Tampilan *Personalized Playlist* Spotify