

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN IDENTITAS RESPONDEN

2.1 Sejarah Spotify

Spotify adalah perusahaan teknologi berbasis layanan streaming musik digital yang didirikan oleh orang asal swedia yang bernama Daniel Ek dan Martin Lorentxon pada tahun 2006. Spotify secara langsung diluncurkan kepada publik pada oktober 2008 sebagai aplikasi atau platform yang menawarkan akses jutaan lagu, berbagai artis, podcast serta konten audio lainnya melalui streaming on- demand.

Spotify berasal dari penggabungan kata “Spot” dan “Identify” ini menggambarkan spotify dalam membantu penggunaan dengan menemukan serta mengenali music yang sesuai dengan selera dan kebutuhan mereka (Bertoni. 2016). Dalam menjalankan aturan operasionalnya, Spotify menerapkan model bisnis yaitu freemium, adalah menyediakan antar akses gratis yang disertai iklan serta layanan berlangganan berbayar yang menyediakan berbagai fitur tambahan dan pengalaman mendengarkan lebih optimal dan nyaman dari gangguan iklan. (Larsen, 2024) melalui model tersebut spotfiy menghadirkan beragam fitur yang diminati oleh pengguna, antara lain pembuatan playlist secara personal sesi mendengarkan masuk bersama (group listening session), fitur private session untuk menjaga privasi aktivitas mendengarkan, tampilan lirik secara real-time, serta akses ke berbagai konten podcast.

Dengan perkembangannya waktu, spotify berhasil menetapkan posisinya sebagai industri musik yang banyak digunakan secara global, dengan pada tahun 2024, platform ini sebanyak 615 juta pengguna aktif bulanan dengan 239 juta yang merupakan pelanggan premium pada spotify, hal ini dengan fakta spotify sebagai layanan streaming musik dengan jumlah pelanggan terbesar di dunia (tempo.co 2024). saat ini spotify telah tersebar di seluruh 180 negara dengan menyediakan banyaknya 100 juta lebih lagu serta ribuan podcast pada setiap tahunnya. Pertumbuhannya didukung oleh strategi ekspansi internasional, yang bekerja sama dengan perusahaan teknologi, adanya penerapan inovasi berbasis kecerdasan buatan yang dapat memfokuskan pada peningkatan kualitas pengalaman para pengguna spotify.

Hadir secara resmi di indonesia pada tahun 2016, pada saat sejak itu banyaknya respon positif dari masyarakat, dari meningkatnya jumlah pengguna internet dalam berkembangnya budaya digital, akan tingginya kebutuhan hiburan berbasis on demand yang mendorong spotify berkembang pesat menjadi salah satu aplikasi streaming musik yang diminati indonesia. keunggulan pada spotify adalah memiliki keberagaman lagu genre musik bermacam-macam yang disediakan sehingga lengkap, fitur personal, akses dalam aplikasi yang mudah, serta aplikasi spotify unggul diminati banyak kalangan masyarakat dibandingkan kompetitor seperti apple music, Youtube Music, dan Joox.

Salah satu fitur yang banyak dikenal dan ditunggu oleh masyarakat dalam setiap tahun dari Spotify adalah Spotify Wrapped, adalah laporan tahunan yang merangkum aktivitas para pendengar, seperti lagu yang paling sering diputar apa, artis

favorit, genre music yang paling dominan setiap mendengarkan lagu, Fitur ini secara rutin dirilis pada akhir tahun yang telah menjadi fenomena global karena banyak pengguna bisa membagikan di media sosial dimanapun sebagai bentuk ekspresi identitas sebagai preferensi musik pribadi. dengan adanya fitur Spotify wrapped ini bisa dapat meningkatkan atau memperkuat loyalitas pada para pengguna. Selain fitur tersebut, Platform juga menghadirkan inovasi yaitu berbasis kecerdasan buatan adalah AI DJ. Ini dapat memberikan pengalaman dalam mendengarkan musik yang bisa menyerupai penyiar radio digital dengan suara yang bisa mengenali kebiasaan pengguna dan dapat menyusun rekomendasi lagu yang sesuai preferensi mereka. ini dapat menunjukkan keunggulan pada spotify yang bisa beradaptasi dalam perkembangan teknologi zaman sekarang dengan menjawab kebutuhan para pengguna modern yang semakin kreatif dalam menggunakan aplikasinya.

pada sisi lain, spotify menjadi bagian penting dalam ekosistem industri musik, musisi bisa memantau statistik streaming lagu mereka sendiri untuk mengetahui profil-profil para pendengar, yang bisa memanfaatkan fitur untuk promosi seperti Canvas atau Marquee . Ini bisa membantu para musisi maupun label untuk mengelola strategi pada distribusi musik secara strategis dan efektif.

Dalam secara global, spotify sudah berkembang menjadi salah satu layanan audio digital terbesar di dunia yang dapat memberikan pengaruh cukup signifikan terhadap ekosistem pada industry musik, mencakup distribusi secara digital, dari pola pendapatan bagi musisi dan creator. Hingga perilaku konsumen dalam musik di tengah modern yang semakin mengandalkan platform digital musik.

Pada konteks di Indonesia, khususnya kota Semarang, Spotify memiliki peran yang besar untuk memengaruhi perilaku konsumen musik pada masyarakat, peralihan zaman yang berawal dari mendengarkan musik melalui fisik seperti CD, kini, menuju ke layanan berbasis streaming atau digital yang membawa masyarakat perubahan besar dalam cara Semarang untuk menikmati musik. Pada jaman modern ini sebagian besar masyarakat cenderung memilih suatu platform, Aplikasi musik karena menawarkan kemudahan untuk akses, serta koleksi musik yang lebih beragam. Spotify adalah salah satu utama dalam perubahan pola konsumen tersebut, terutama bagi kalangan generasi muda dan masyarakat urban pada kota Semarang yang memiliki tingkat pengguna teknologi digital yang tinggi.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Spotify memiliki visi dan misi sebagai berikut :

2.2.1 Visi

“to unlock the potential of human creativity by giving a million creative artists the opportunity to live of their art and billions of fans the opportunity to enjoy and be inspired by it.”

Spotify berupaya membuka potensi untuk kreativitas manusia dengan memberikan kesempatan bagi jutaan kreator untuk berkarya sekaligus memberi akses bagi miliaran pendengar untuk menikmati dan terinspirasi oleh karya tersebut.

2.2.2 Misi

Spotify tidak mencantumkan pada “misi” dalam format formal pada perusahaan tetapi, perusahaan memiliki purpose atau tujuan yaitu :

“We aim to provide the best audio experience and enable users to access music and podcast anytime, anywhere.”

Memiliki tujuan untuk memberikan ke setiap pengguna pengalaman audio terbaik dengan akses mudah, dan fitur personal

2.3 Logo

Logo Spotify berbentuk lingkaran berwarna hijau dengan tiga garis lengkung di dalamnya. Tiga garis melambangkan gelombang suara (sound waves) yang bermakna aktivitas mendengarkan music dan sinyal digital. Desain dengan sederhana namun makna yang kuat memudahkan bagi masyarakat di berbagai perangkat seperti smartphone, laptop, hingga smart Tv.



Gambar 2. 1 Logo Spotify

2.4 Produk dan Layanan

Spotify menyediakan berbagai produk dan layanan audio digital yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan hiburan dan informasi penggunanya melalui platform berbasis aplikasi. Layanan yang ditawarkan Spotify mencakup akses terhadap musik, podcast, audiobook, serta beragam konten audio lainnya yang dapat dinikmati secara fleksibel melalui berbagai perangkat digital. Secara umum, produk dan layanan Spotify terbagi ke dalam dua kategori utama, yaitu layanan gratis (*Spotify Free*) dan layanan

berbayar (Spotify Premium), yang masing-masing disesuaikan dengan preferensi serta kemampuan ekonomi pengguna.

2.4.1 Spotify Free

Spotify Free adalah layanan dasar yang dapat digunakan oleh pengguna tanpa dikenakan biaya langganan. Melalui layanan ini, pengguna tetap bisa dapat mengakses jutaan lagu, podcast dan berbagai konten audio lainnya yang tersedia di platform Spotify. Keberadaan Spotify free sebagai awal pengenalan bagi pengguna terhadap ekosistem Spotify, sekaligus sebagai strategi untuk menarik pengguna agar mau beralih ke layanan berbayar.

Sebagai konsekuensi dari akses gratis, Spotify Free memiliki sejumlah keterbatasan dalam fitur dan kenyamanan penggunaan. Pengguna Spotify Free akan menerima iklan audio maupun visual yang muncul secara berkala disela-sela pemutaran lagu atau konten lainnya. Selain itu, pengguna terkena batasan dalam melewati lagu (*skip*) dan pada beberapa playlist tertentu hanya dapat memutar lagu secara acak (*shuffle*). Kualitas audio yang disediakan juga berada pada tingkat standar sekitar 160 Kbps, Pengguna tidak memiliki fasilitas untuk mengunduh lagu atau podcast guna didengarkan secara offline.

Spotify Free tetap memberikan nilai fungsional yang cukup tinggi bagi pengguna yang mengutamakan akses musik secara legal dan praktis tanpa biaya. Layanan ini banyak dimanfaatkan oleh pelajar, mahasiswa, maupun pengguna dengan sensitivitas tinggi terhadap harga, termasuk di kalangan masyarakat Kota Semarang.

2.4.2 Spotify Premium

Spotify Premium adalah layanan berbayar yang ditawarkan Spotify untuk memberikan pengalaman pengguna dalam mendengarkan audio yang lebih optimal dibandingkan layanan gratis. Layanan ini, pengguna dapat memperoleh akses penuh terhadap seluruh konten tanpa gangguan iklan serta tanpa pembatasan fitur. Spotify Premium dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna yang mengutamakan kenyamanan, kualitas suara, dan fleksibilitas dalam menikmati musik maupun konten audio lainnya. Salah satu keunggulan utama Spotify Premium adalah kualitas audio yang lebih tinggi hingga 320 kbps, yang menghasilkan suara lebih jernih dan detail. Selain itu, layanan ini memungkinkan pengguna untuk mengunduh lagu, *podcast*, dan konten audio lainnya sehingga dapat diputar secara *offline* tanpa koneksi internet. Pengguna juga memiliki kebebasan penuh dalam memilih dan melewati lagu tanpa batas (*unlimited skip*), sehingga kontrol terhadap aktivitas mendengarkan menjadi lebih maksimal.

Spotify Premium juga didukung oleh sistem personalisasi berbasis algoritma yang menganalisis kebiasaan mendengarkan pengguna. Melalui sistem ini, Spotify mampu menyajikan rekomendasi musik yang relevan dengan preferensi individu, seperti melalui fitur Discover Weekly dan playlist personal lainnya. Selain itu, Spotify Premium memberikan akses ke seluruh katalog konten global, termasuk musik internasional, *podcast*, serta konten eksklusif yang tidak tersedia pada layanan gratis.

Dari sisi fleksibilitas penggunaan, Spotify Premium dapat diakses melalui berbagai perangkat digital seperti smartphone, laptop, smart TV, konsol game, dan smart speaker. Fitur *Spotify Connect* memungkinkan pengguna mengontrol pemutaran musik di satu perangkat melalui perangkat lain dalam satu jaringan. Ditambah dengan fitur unggulan seperti *Spotify Wrapped* dan AI DJ, Spotify Premium tidak hanya meningkatkan kualitas layanan, tetapi juga memperkuat keterlibatan dan kepuasan pengguna.

Daftar paket yang cocok untuk seseorang. Ayo bergabung.

Premium Lite
Rp 59.900/bulan

- 1 akun Lite
- Kualitas audio tinggi (hingga ~160 kbps)
- Pembatalan kapan saja

[Dapatkan Premium Lite](#)

[Persyaratan berlaku.](#)

Premium Standard
Rp 79.900 selama 3 bulan
Rp 79.900/bulan sesudahnya

- 1 akun Standard
- Download untuk mendengarkan offline
- Kualitas audio sangat tinggi (hingga ~320 kbps)
- Pembatalan kapan saja

[Coba 3 bulan seharga Rp 79.900](#)

Rp 79.900 selama 3 bulan, lalu Rp 79.900 per bulan sesudahnya. Tawaran hanya berlaku kalau kamu belum pernah mencoba Premium. [Persyaratan berlaku.](#) Tawaran berakhir 16 Februari 2026.

Premium Platinum
Rp 119.900/bulan

- Hingga 3 akun Platinum
- Download untuk mendengarkan offline
- Kualitas audio lossless (hingga ~24-bit/44,1 kHz)
- Mix playlist-mu
- AI DJ pribadi
- Pembuatan playlist AI
- Hubungkan perangkat lunak DJ-mu
- Pembatalan kapan saja

[Dapatkan Premium Platinum](#)

Untuk maksimal 3 individu yang tinggal di alamat yang sama. [Persyaratan berlaku.](#)

Diskon tersedia

Premium Student
Rp 39.900 selama 2 bulan
Rp 39.900/bulan sesudahnya

- 1 akun Standard terverifikasi
- Download untuk mendengarkan offline
- Kualitas audio sangat tinggi (hingga ~320 kbps)
- Pembatalan kapan saja

[Coba 2 bulan seharga Rp 39.900](#)

Rp 39.900 selama 2 bulan, lalu Rp 39.900 per bulan sesudahnya. Tawaran hanya berlaku untuk mahasiswa yang terdaftar di institusi pendidikan tingkat lanjut terakreditasi yang memenuhi syarat. Tawaran tidak tersedia untuk pengguna yang pernah mencoba Premium. Tunduk pada [Persyaratan](#) dan [Kebijakan Diskon Pelajar Spotify.](#)

Gambar 2. 2 Pilihan layanan Spotify Premium

2.5 Identitas Responden

Identitas responden memberikan informasi mengenai latar belakang responden yang menjadi sampel pada penelitian. Data sampel yang diambil dari penelitian ini ditujukan kepada pengguna yang menggunakan aplikasi Musik Digital yaitu Spotify yang dirincikan menjadi 7 jenis yaitu jenis kelamin, usia, jenjang pendidikan, status pekerjaan, wilayah domisili, Pendapatan uang saku perbulan, dan Intensitas pembelian Spotify Premium.

Responden dalam penelitian ini dihimpun dalam bentuk survei menggunakan kuesioner yang disebarluaskan secara daring melalui media Google Form dan disebarluaskan melalui media sosial. Untuk menjangkau pengguna aplikasi Spotify yang pernah menggunakan atau berinteraksi dengan layanan tersebut. Data yang terkumpul kemudian digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik serta latar belakang responden sebagai pengguna Spotify, sehingga dapat memberikan gambaran profil responden dalam penelitian ini.

2.5.1 Responden Berdasarkan Usia

Pengelompokan responden berdasarkan usia bertujuan untuk mengetahui kelompok umur pengguna aplikasi Spotify yang pernah melakukan pembelian langsung Spotify Premium. Tabel berikut menyajikan data usia responden dalam penelitian.

Tabel 2.1 Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Presentase
1.	21 tahun – 25 tahun	86%	86%
2.	26 tahun – 30 tahun	12%	12%
3.	>30 tahun	2%	2%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna Spotify Premium didominasi oleh responden berusia 21–25 tahun. Hal ini dapat dikatakan wajar karena kelompok usia tersebut termasuk dalam kategori dewasa awal yang memiliki tingkat mobilitas dan aktivitas digital yang tinggi. Pada rentang usia ini, individu cenderung menjadikan layanan streaming musik sebagai bagian dari gaya hidup, baik untuk kebutuhan hiburan, menemani aktivitas belajar maupun bekerja, serta sebagai sarana relaksasi. Oleh karena itu, minat terhadap penggunaan Spotify Premium pada kelompok usia 21–25 tahun relatif lebih tinggi dibandingkan kelompok usia lainnya.

2.5.2 Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Pengumpulan data berdasarkan jenis kelamin dilakukan untuk mengetahui persebaran responden pengguna aplikasi Spotify yang selalu berinteraksi dengan aplikasi musik digital yaitu antara Laki-laki dan perempuan. Pengelompokan ini bertujuan untuk melihat dominasi jenis kelamin tertentu yang lebih banyak dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Tabel 2. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Laki-Laki	54	54%
2.	Perempuan	46	46%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Data demografi responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa sampel penelitian melibatkan 100 responden. Mayoritas responden berjenis kelamin Laki-laki mendominasi yaitu sebesar 54 orang atau 54%. Sedangkan jumlah perempuan berjumlah 46% atau 46%.

2.5.3 Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Jenjang pendidikan merupakan salah satu karakteristik demografis utama yang berpengaruh terhadap cara berpikir, tingkat literasi, serta kemampuan responden dalam memahami dan mengevaluasi objek penelitian. Berdasarkan data yang dihimpun melalui kuesioner, berikut disajikan informasi mengenai tingkat pendidikan yang sedang dijalani oleh responden.

Tabel 2. 3 Hasil Kuisisioner berdasarkan Pendidikan

No	Jenjang Pendidikan	Frekuensi	Presentase
1.	SMA/SMK	18	18%
2.	D4/S1	80	80%
3.	S2	2	2%
4.	S3	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2026)

Berdasarkan tabel ini, populasi responden didominasi secara mutlak oleh individu yang memiliki latar belakang pendidikan tinggi (D4/S1), yang mencapai lebih dari delapan puluh persen. Sementara itu, responden dengan Pendidikan menengah (SMA/SMK) hanya mewakili sebagian kecil dari keseluruhan data.

2.5.4 Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Pekerjaan adalah kegiatan yang dilakukan seseorang untuk memenuhi keperluan hidupnya, baik secara finansial maupun sosial. Jenis profesi atau pekerjaan yang ditekuni sangatlah penting karena dapat berdampak pada pola kebutuhan serta keputusan pembelian yang dibuat oleh individu. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari kuisisioner yang terkumpul, rincian mengenai macam-macam pekerjaan yang dilakukan oleh responden disajikan sebagai berikut.

Tabel 2. 4 Hasil Kuisisioner berdasarkan Status Pekerjaan

No	Status Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1.	Pelajar/Mahasiswa	47	47%
2.	Karyawan	42	42%
3.	Pegawai Negeri Sipil	1	1%
4.	Wirausaha	8	8%
5.	Lainnya	2	2%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2026)

Dari data demografi mengenai status pekerjaan, hasil responden menunjukkan total sebanyak 100 orang. Berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas responden memiliki status sebagai pelajar/mahasiswa dengan persentase dominan sebesar 47 %.

2.5.5 Responden Berdasarkan Domisili Semarang

Domisili responden merupakan aspek geografis krusial yang digunakan untuk menentukan cakupan wilayah dan sebaran populasi sampel penelitian. Klasifikasi geografis ini penting untuk mengetahui apakah responden terpusat atau tersebar luas di wilayah tertentu. Informasi ini nantinya dapat memengaruhi cara menginterpretasikan temuan, terutama jika hasil studi berkaitan dengan isu-isu seperti kesenjangan infrastruktur atau variasi budaya konsumen. Data kuesioner menunjukkan rincian mengenai wilayah tempat tinggal responden adalah sebagai berikut.

Tabel 2.5 Hasil Kuesioner Berdasarkan Domisili

No	Domisili Semarang	Frekuensi	Presentase
1.	Semarang Barat	27	27%
2.	Semarang Timur	5	5%
3.	Semarang Selatan	47	47%
4.	Semarang Utara	21	21%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2026)

Berdasarkan hasil pengolahan data, mayoritas responden berdomisili di wilayah Semarang Selatan yaitu sebanyak 47 orang (47%). Selanjutnya, responden yang berdomisili di Semarang Barat berjumlah 27 orang (27%), Semarang Utara sebanyak 21 orang (21%), dan Semarang Timur sebanyak 5 orang (5%). Hasil ini menunjukkan bahwa penelitian didominasi oleh responden dari wilayah Semarang

Selatan, yang dapat mengindikasikan bahwa pengguna Spotify Premium dalam penelitian ini lebih banyak berasal dari kawasan tersebut.

2.5.6 Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku

Responden berdasarkan pendapatan atau uang saku menggambarkan pendapatan responden yang memiliki pengalaman dalam berlangganan atau pembelian ulang pada Spotify Premium di Kota Semarang. Berikut data yang memuat pendapatan per bulan dari responden.

Tabel 2.6 Hasil Kuesioner Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Frekuensi	Presentase
1.	≤Rp1.000.000	9	9%
2.	> Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000	36	36%
3.	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000	10	22%
4.	>Rp.5.000.000	45	45%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2026)

Berdasarkan hasil pengolahan data, mayoritas responden memiliki pendapatan/uang saku per bulan > Rp.5.000.000 yaitu sebanyak 45 orang (45%). Selanjutnya, responden dengan pendapatan > Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000 berjumlah 36 orang (36%), > Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000 sebanyak 10 orang (10%), dan ≤ Rp. 1.000.000 sebanyak 9 orang (9%). Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori pendapatan menengah hingga tinggi, yang secara ekonomi memiliki kemampuan untuk berlangganan layanan berbayar seperti Spotify Premium.

2.5.7 Responden Berdasarkan Pembelian Spotify Premium dalam Setahun

Responden berdasarkan intensitas pembelian atau berlangganan Spotify Premium dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Pengelompokan ini bertujuan untuk mengetahui seberapa sering responden melakukan pembelian layanan Spotify Premium sebagai bentuk perilaku konsumsi digital. Melalui data ini, peneliti dapat menggambarkan tingkat konsistensi penggunaan layanan berbayar serta melihat kecenderungan responden dalam mempertahankan langganan Spotify Premium selama periode tertentu.

Tabel 2.7 Hasil Kuesioner Berdasarkan Pembelian Spotify Premium

No	Pembelian dalam setaun	Frekuensi	Presentase
1.	1-3 kali	33	33%
2.	4-5 kali	22	22%
3.	>5 kali	45	45%
Jumlah		123	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Hasil pengolahan data, mayoritas responden melakukan pembelian atau berlangganan Spotify Premium lebih dari 5 kali dalam setahun, yaitu sebanyak 45 orang (45%). Selanjutnya, responden yang melakukan pembelian 1–3 kali dalam setahun berjumlah 33 orang (33%), dan yang melakukan pembelian 4–5 kali sebanyak 22 orang (22%). Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat intensitas pembelian yang cukup tinggi, yang mengindikasikan adanya kecenderungan penggunaan berkelanjutan terhadap layanan Spotify Premium dalam satu tahun terakhir.