

Pemanfaatan Aplikasi Layanan Musik Digital dalam Memperkenalkan Karya Artis Musik Lokal: Studi pada Platform Spotify

The Utilization of Digital Music Service Applications in Introducing the Works of Local Music Artists: A Study on the Spotify Platform

Moh. Nuzulul Hidayat Cono¹, Citra F.I.L Dano Putri², Siti Mayasari Pakaya³

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Gorontalo, Kota Gorontalo, Indonesia¹²³

Moh. Nuzulul Hidayat Cono, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Gorontalo, Email: muhnuzulul22@gmail.com

Dikirim: 10 Agustus, 2025 | Diterima: 25 Agustus, 2025 | Diterbitkan: 01 Oktober, 2025

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Spotify, Artis, Musisi Lokal, Musik Digital	Perkembangan media digital telah mendorong musisi lokal untuk beradaptasi dengan cara baru dalam memperkenalkan karya mereka. Melalui <i>Spotify</i> , musisi lokal kini memiliki ruang untuk mendistribusikan karyanya secara real time tanpa batasan. Penelitian ini membahas pemanfaatan aplikasi layanan musik digital, khususnya <i>Spotify</i> , dalam memperkenalkan karya musisi lokal di Kota Gorontalo. Fokus penelitian terletak pada bagaimana fitur-fitur <i>Spotify</i> dan <i>Spotify</i> for Artists dimanfaatkan untuk distribusi serta representasi karya, sekaligus strategi yang dijalankan musisi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan informan penelitian dari anggota lima band lokal, yaitu Forget Yesterday, The Alberts, Ruang Terbuka Hijau (RTH), Vorrgrs, dan 90's Down Party. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis dengan teori New Media oleh Denis McQuail. Hasil penelitian menunjukkan bahwa musisi lokal memanfaatkan fitur Share, Lyrics, Video & Canvas, serta Deskripsi Profil pada <i>Spotify</i> , serta fitur Profile Customize, Song Pitching, Artists Pick, dan Audience Stats pada <i>Spotify</i> for Artists, untuk memperkenalkan karya mereka. Selain itu, strategi promosi melalui media sosial, keterlibatan komunitas, dan konsistensi perilisan juga mendukung penyebaran karya. Kesimpulannya, pemanfaatan platform <i>Spotify</i> membantu musisi lokal memperluas jangkauan audiens dan memperkuat eksistensi mereka di ranah digital. Disarankan agar musisi terus mengoptimalkan fitur yang tersedia untuk meningkatkan strategi promosi dan visibilitas karya.
ARTICLE INFO	ABSTRACT
Keywords: Spotify, Artists, Local Musicians, Digital Music	<i>The development of digital media has encouraged local musicians to adapt to new ways of introducing their works. Through Spotify, local musicians now have a platform to distribute their music in real time without limitations. This study discusses the utilization of digital music service applications, particularly Spotify, in promoting the works of local musicians in Gorontalo City. The research focuses on how Spotify and Spotify for Artists features are used for the distribution and representation of musical works, as well as the strategies employed by musicians. This study employs a descriptive qualitative method, with research informants consisting of members from five local bands: Forget Yesterday, The Alberts, Ruang Terbuka Hijau (RTH), Vorrgrs, and 90's Down Party. Data were collected through interviews, observations, and documentation, and then analyzed using Denis McQuail's New Media theory. The results show that local musicians utilize features such as Share, Lyrics, Video & Canvas, and Profile Description on Spotify, as well as Profile Customize, Song Pitching, Artist's Pick, and Audience Stats on Spotify for Artists, to introduce their works. In addition, promotional strategies through social media, community engagement, and consistency in music releases also contribute to the dissemination of their works. In conclusion, the use of the Spotify platform helps local</i>

musicians expand their audience reach and strengthen their presence in the digital space. It is recommended that musicians continue to optimize the available features to enhance their promotional strategies and increase the visibility of their works.

PENDAHULUAN

Meningkatnya ketergantungan pada media digital di masyarakat telah menciptakan dampak yang substansial termasuk di sektor musik, yang mendorong para pelaku dan penikmat untuk beradaptasi dengan perubahan yang sedang berlangsung ini. Dimulai dengan media analog, piringan hitam mendominasi konsumsi musik pada tahun 1980-an. Satu dekade kemudian kaset pita muncul sebagai media baru untuk perekaman dan pemutaran suara. Pada awal tahun 2000-an, Compact Disc (CD) menjadi format fisik terakhir yang banyak digunakan untuk mendistribusikan hiburan, termasuk musik dan film (Ramadhan et al., 2017). Selang satu dekade pada tahun 2010, format MP3 (MPEG-1 (satu) Audio Layer 3 (tiga)) mulai memperoleh popularitas besar, merevolusi cara orang mengakses musik. Saat ini, industri musik telah memasuki era baru, memanfaatkan internet sebagai platform utama untuk distribusi. Seiring kemajuan teknologi, internet telah membawa perubahan signifikan di berbagai sektor, termasuk musik. Pola produksi dan konsumsi telah bergeser dari format fisik ke platform digital seperti *Spotify*, Apple Music, YouTube, Tidal, Napster, dan banyak lainnya (Jansen & Permatasari, 2022).

Setiap platform streaming musik memiliki kekuatan, strategi, dan karakteristik tersendiri untuk merebut pangsa pasarnya, dan salah satu yang paling khas adalah *Spotify* (Sepnandito et al., 2024). *Spotify* adalah layanan streaming musik Swedia yang menawarkan konten musik dan video komersial, dilindungi oleh manajemen hak digital (DRM) dan didukung oleh label rekaman dan perusahaan media. Platform ini beroperasi pada model bisnis Freemium, yang memungkinkan pengguna mengakses aplikasi secara gratis atau dengan langganan berbayar. Di Indonesia, survei Daily Social (2018) mengungkapkan bahwa *Spotify* menduduki peringkat kedua sebagai layanan streaming musik terpopuler, dengan 47,70% pengguna. Pada tahun 2019, *Spotify* telah mencapai 207 juta pengguna di seluruh dunia, dengan 54% di antaranya menggunakan akun gratis dan 40% berlangganan layanan premium (Zebua, 2018). Salah satu alasan utama popularitas *Spotify* adalah kemudahan aksesnya, karena dapat dengan mudah diunduh dari Google Play Store atau App Store. Kemudahan ini telah mendorong banyak generasi milenial, khususnya mereka yang berusia 16-26 tahun, untuk menggunakan *Spotify*. Pada tahap kehidupan ini, mereka cenderung mengembangkan minat yang kuat atau berfokus pada hal-hal yang mereka anggap penting. Misalnya, generasi milenial yang menggemari sebuah band dengan genre tertentu mungkin lebih cenderung menggunakan platform tersebut (Agistasari, 2021).

Bagi para musisi lokal, *Spotify* menawarkan peluang besar untuk mendistribusikan karya mereka. Platform ini tidak hanya memungkinkan para musisi untuk mendistribusikan musik, tetapi juga memberi kesempatan untuk bersaing dengan para musisi internasional. Dalam penelitian ini, musik lokal yang dimaksud adalah karya musik yang diproduksi oleh musisi atau band yang berasal dari Kota Gorontalo, yang aktif di skena musik setempat dan mendistribusikan karyanya melalui platform *Spotify*. Dalam konteks ini, komunikasi digital menjadi elemen kunci yang membantu para musisi lokal menjangkau khalayak yang lebih luas dan membangun basis pendengar yang loyal. Di tengah perkembangan tersebut, para musisi lokal asal Kota Gorontalo seperti Forget Yesterday, The Alberts, Ruang Terbuka Hijau (RTH), Vorrgs, dan 90's Down Party telah memanfaatkan platform *Spotify* untuk mendistribusikan karya mereka. Kelima band ini berasal dari latar genre yang beragam, mulai dari Alternative Rock/Emo, Power Pop, Indie Rock, hingga Garage Rock dan Noize Fuzz, serta aktif dalam skena musik lokal. Kelima band inilah yang menjadi objek dalam penelitian ini, karena mereka mewakili kelompok musisi independen yang aktif memanfaatkan layanan musik digital sebagai media distribusi sekaligus sarana penyaluran karya.

Sebagai representasi dari kelima band yang menjadi objek penelitian, peneliti terlebih dahulu melakukan wawancara awal dengan salah satu personil band Forget Yesterday, Ichlasul Amal. Berdasarkan hasil wawancara tersebut bahwa pemanfaatan pada fitur *Spotify* sangat berdampak pada karya mereka, seperti angka streaming dan jumlah pendengar. Hal ini membuat para musisi lokal bukan hanya mendistribusikan saja, tetapi karya mereka bisa dikenal secara lebih luas setelah memanfaatkan fitur dari

platform tersebut. Namun, masih banyak musisi lokal yang mengalami kendala dalam menjangkau audiens yang lebih besar. Hal ini disebabkan oleh kurangnya strategi yang tepat dalam memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di dalam platform tersebut. Beberapa musisi lokal belum sepenuhnya memahami bagaimana setiap fitur dapat digunakan secara optimal untuk mendistribusikan dan memperkenalkan karya mereka secara efektif. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji lebih dalam bagaimana kelima band lokal tersebut memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada *Spotify*, serta bagaimana fitur-fitur tersebut digunakan untuk memperkenalkan karya mereka kepada audiens.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yakni kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hubungan antara fenomena yang ditemukan dalam penelitian ini dengan fakta yang terjadi peneliti mendeskripsikan secara metodis menggunakan teknik deskriptif. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami fenomena komunikasi melalui platform digital *Spotify*. Penentuan informan ditentukan dengan mencari tahu pihak yang paling memahami objek penelitian dan ditentukan berdasarkan konsep Purposive Sampling. Informan dalam penelitian ini adalah anggota dari lima band lokal, yaitu Forget Yesterday, The Alberts, Ruang Terbuka Hijau (RTH), Vorrags, dan 90's Down Party.

HASIL

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan *Spotify* dan *Spotify for Artists* oleh 5 (lima) band lokal di Kota Gorontalo tidak sekadar mengikuti fungsi dasar dari fitur-fitur yang tersedia, melainkan telah berkembang ke arah yang lebih strategis dan kreatif. Mereka memanfaatkan fitur-fitur tersebut bukan hanya untuk sekadar mendistribusikan karya, tetapi juga sebagai strategi agar dapat bersaing dan setara dengan musisi nasional maupun internasional. Penelitian ini juga memperlihatkan secara lebih mendalam bahwa memaksimalkan *Spotify* tidak berhenti pada pemanfaatan fitur semata. Mereka aktif menjalin kolaborasi dengan komunitas musik lokal, mengaitkan distribusi digital dengan kegiatan offline seperti gigs atau showcase, serta memanfaatkan media sosial lain sebagai penguat promosi lintas platform. Dengan kata lain, *Spotify* diperlakukan bukan hanya sebagai aplikasi distribusi musik digital, tetapi juga sebagai pusat identitas digital yang menghubungkan berbagai strategi komunikasi, mulai dari promosi, interaksi dengan audiens, hingga penguatan citra band secara profesional.



Sumber: <https://newsroom.spotify.com>
Gambar 1. *Spotify & Spotify for Artist*

Secara visual, Ella terlihat mengenakan pakaian kasual berwarna cerah atau seragam dinas, dengan teknik penyuntingan jump-cut cepat dan musik latar santai; durasi videonya singkat (sekitar 30–90 detik), sesuai format TikTok. Observasi atas 12 video terpilih mencatat jumlah tayangan antara 127.1 ribu hingga 654.9 ribu dan jumlah likes 5.7 ribu hingga 37 ribu. Video “King Donuts” menempati puncak performa (654.9 ribu tayangan dan 37 ribu likes), diikuti “Bakso Prasmanan” (485.9 ribu tayangan, 21.4 ribu likes).

a. Fokus pada Konten Kuliner Lokal Gorontalo

Ella memilih menitikberatkan kontennya pada kuliner khas Gorontalo. Meskipun awalnya ia mengekspresikan hasrat jajan tanpa rencana khusus, ia menyadari bahwa konten makanan lokal mendapat respons positif dan dukungan algoritma TikTok. Sebagaimana diungkapkan Ella, “tidak mau membatasi

diri cuma mau ba konten kuliner khas Gorontalo saja, pokoknya mo mengeksplor kuliner apa saja di Gorontalo”. Keputusan ini didukung oleh wawancara pengikut yang menyatakan sering melihat video kuliner Gorontalo-nya di For You Page, memicu rasa penasaran dan membuat mereka mengikuti akunnya. Data observasi menunjukkan 313 video bertema kuliner kerakyanan streetfood, makanan rumahan, jajanan selama 2024. Dengan fokus spesialisasi ini, Ella membangun citra sebagai *food vlogger* lokal Gorontalo.

a. Pemanfaatan Fitur *Spotify* & *Spotify for Artist*

1) Pemanfaatan Fitur Share

Pemanfaatan fitur Share tidak berhenti pada aktivitas menyebarkan tautan lagu, album, atau profil ke media sosial, melainkan berkembang menjadi strategi komunikasi berantai. Para informan menyebut bahwa audiens yang melakukan reshare di Instagram atau WhatsApp ikut berperan dalam memperluas jangkauan pesan. Dengan demikian, proses distribusi musik di sini bukan hanya satu arah dari musisi ke pendengar, tetapi menjadi komunikasi partisipatif, di mana audiens aktif terlibat dalam menyebarkan karya.

2) Pemanfaatan Fitur Lyrics

Fitur Lyrics tidak hanya digunakan untuk menghadirkan tulisan lagu, tetapi juga berfungsi sebagai bentuk komunikasi verbal yang membantu audiens memahami dan merasakan pesan yang ingin disampaikan musisi. Informan menjelaskan lirik yang tertulis secara langsung di layar membuat pendengar bisa lebih mudah memahami isi pesan, bahkan memicu identifikasi diri ketika lirik terasa relevan dengan pengalaman pribadi mereka. Beberapa informan juga menyebut bahwa lirik kerap di-quote atau dibagikan ulang di media sosial, sehingga fungsi lirik tidak lagi terbatas dalam konteks mendengarkan, melainkan meluas sebagai simbol komunikasi di ruang publik.

3) Pemanfaatan Fitur Video & Canvas

Penggunaan fitur Video & Canvas bukan semata untuk mempercantik tampilan lagu, melainkan menjadi medium komunikasi visual yang menampilkan keunikan dan jati diri band. Beberapa band menggunakan cuplikan video live manggung atau visual art yang sengaja dibuat noise/eksperimental agar terlihat beda dengan band lain. Hal ini bukan hanya mempercantik, tetapi juga jadi cara menandai ciri khas mereka di mata pendengar.

4) Pemanfaatan Fitur Deskripsi Profil

Selain menulis biografi band, beberapa musisi memakai fitur ini sebagai ruang naratif kreatif. Misalnya, menuliskan filosofi singkat atau pesan moral. Deskripsi profil tidak hanya berfungsi sebagai identitas formal, tetapi juga menjadi media komunikasi naratif yang memperkenalkan latar belakang, nilai, serta citra musisi. Melalui narasi singkat, audiens dapat memahami perjalanan dan karakter band.

5) Pemanfaatan Fitur Profile Customize

Lebih dari sekadar estetika, fitur Profile Customize menjadi media komunikasi visual yang menciptakan kesan pertama kepada audiens. Fitur ini dimanfaatkan musisi untuk mengatur tampilan profil dengan foto, bio, dan nuansa visual yang sesuai dengan citra mereka. Tampilan profil yang disesuaikan dengan genre atau gaya band memberikan sinyal identitas yang jelas, sehingga audiens langsung dapat memahami karakter band sejak membuka profil mereka.

6) Pemanfaatan Fitur Song Pitching

Di luar sekadar mengajukan lagu, musisi menggunakan fitur Song Pitching sebagai kesempatan untuk berkomunikasi dengan kurator secara profesional. Mereka menyiapkan press release, narasi band, hingga cerita di balik lagu, agar kurator lebih yakin bahwa karya mereka layak dipromosikan. Jadi pitching bukan sekadar teknis, tapi negosiasi simbolik untuk masuk ke ranah industri yang lebih besar.

7) Pemanfaatan Fitur Artists Pick

Fitur Artist Pick tidak hanya dipakai musisi untuk menampilkan rilisan terbaru atau merchandise, tetapi juga sebagai sarana komunikasi strategis dengan audiens. Fitur ini berada di bagian atas profil sehingga menjadi pintu masuk pertama bagi audiens. Para musisi memakai Artist Pick untuk membangun momen promosi. Mereka menulis caption catchy seperti “Our Single is Out Now!” atau

“See You On Tour!”. Bahkan ada yang menjadikannya semacam billboard digital pribadi, di mana audiens bisa langsung tahu rilisan atau acara teranyar mereka.

8) Pemanfaatan Fitur Audience Stats

Fitur Audience Stats bukan sekadar rangkuman angka statistik, melainkan representasi komunikasi berbasis data yang dimanfaatkan musisi untuk memahami pola audiens. Informasi mengenai usia, lokasi, dan kecenderungan mendengar membantu musisi dalam menyusun strategi promosi serta merancang jadwal tur yang lebih terarah.

b. Strategi Musisi Lokal Dalam Memaksimalkan Platform Spotify

1) Kolaborasi dengan Komunitas Musik

Musisi lokal aktif menghubungkan distribusi digital dengan kegiatan offline. Mereka mengadakan gigs atau showcase dan kemudian mengarahkan audiens yang hadir untuk mendengarkan karya mereka kembali di *Spotify*. Dengan begitu, promosi offline mendukung distribusi online, menciptakan kesinambungan antara interaksi langsung dan ruang digital.

2) Membangun Relasi Sosial dengan Audiens

Relasi personal menjadi salah satu kunci penting. Para musisi tidak hanya mengandalkan fitur Share di *Spotify*, tetapi juga menjaga kedekatan dengan audiens melalui media sosial, grup komunitas skena, atau interaksi langsung. Dengan komunikasi dua arah, audiens menjadi lebih loyal untuk terus mendengarkan karya mereka di *Spotify*.

3) Storytelling dan Konsistensi Identitas

Para musisi berupaya menampilkan identitas musik mereka secara konsisten, mulai dari artwork, gaya bahasa, hingga konsep visual band. Konsistensi ini memberikan kesan kuat kepada audiens, sehingga karya mereka memiliki nilai pembeda dibandingkan band lain.

4) Integrasi dengan Media Sosial

Spotify dijadikan pusat distribusi, sementara media sosial berfungsi sebagai kanal untuk menarik audiens menuju platform tersebut. Teaser lagu, potongan lirik, hingga cuplikan live performance dipublikasikan di Instagram, lengkap dengan tautan yang mengarahkan audiens ke *Spotify*.

PEMBAHASAN

Pilihan musisi lokal terhadap *Spotify* bukan sekadar karena aplikasi ini populer atau memiliki banyak fitur, tetapi lebih kepada positioning *Spotify* sebagai ruang distribusi global. *Spotify* memberikan peluang bagi karya musisi lokal untuk tidak hanya dinikmati oleh pendengar di lingkup daerah, tetapi juga menjangkau audiens lintas kota bahkan lintas negara. Artinya, band atau musisi yang sebelumnya hanya dikenal di panggung komunitas bisa mendapatkan eksposur pada skala internasional melalui satu platform. Selain itu, *Spotify* juga dipandang sebagai medium yang menambah kredibilitas. Ketika karya dirilis di *Spotify*, audiens akan melihat band tersebut sebagai entitas profesional yang serius dalam bermusik. Jadi alasan mendasar kenapa musisi lokal memilih *Spotify* adalah karena platform ini memberikan legitimasi sekaligus akses global, sesuatu yang sulit diperoleh jika hanya bergantung pada media distribusi tradisional.

Hal ini menunjukkan pentingnya *Spotify* bagi musisi lokal di Indonesia. *Spotify* memiliki posisi penting bagi musisi lokal di Indonesia karena mampu menempatkan karya mereka dalam konteks industri musik digital global. Di berbagai daerah, musisi lokal menghadapi keterbatasan dalam hal distribusi fisik seperti CD dan kaset pita yang kini hanya sekadar menjadi barang koleksi. Dengan *Spotify*, distribusi karya menjadi lebih inklusif dan luas, tanpa terbatas ruang maupun waktu. Selain itu, *Spotify* turut membuka kesempatan bagi musisi lokal untuk dikenal di kancah musik nasional. Melalui sekali unggah, musik yang diproduksi secara lokal dapat dengan mudah menjangkau audiens nasional hingga internasional. Misalnya, seorang musisi dari Gorontalo kini dapat didengarkan oleh pendengar di Jakarta, Bandung, hingga mancanegara, sesuatu yang dulu sulit dicapai tanpa biaya promosi besar. Di Indonesia sendiri, audiens musik kini cenderung mengonsumsi musik lewat layanan streaming, sehingga keberadaan musisi di *Spotify* adalah kebutuhan mendasar agar mereka tidak tertinggal dari tren konsumsi musik digital.

Selain akses distribusi, terdapat pula perbedaan platform *Spotify* dengan platform musik lainnya. Perbedaan *Spotify* dengan platform lain terletak pada sistem kurasi, legitimasi, dan ekosistem digital yang ditawarkan. Jika aplikasi MP3 player biasa seperti Winamp atau aplikasi pemutar musik bawaan ponsel hanya berfungsi sebagai alat pemutar lagu yang mengharuskan pengguna mengunduh file secara manual, *Spotify* hadir sebagai platform streaming yang terintegrasi dengan algoritma cerdas untuk merekomendasikan musik, sekaligus menjadi sarana distribusi resmi bagi musisi. Dibandingkan dengan Joox dan Apple Music yang juga menawarkan streaming, *Spotify* lebih unggul dalam hal jangkauan global, sistem playlist kurasi yang terpersonalisasi, serta fitur-fitur interaktif yang memberi nilai tambah bagi musisi maupun pendengar. Berbeda pula dengan SoundCloud yang lebih menonjol sebagai ruang berbagi karya indie atau demo secara bebas, *Spotify* memberikan legitimasi lebih formal dengan sistem royalty yang jelas, sehingga musisi tidak hanya bisa memperkenalkan karya mereka, tetapi juga mendapatkan keuntungan finansial. Dengan demikian, *Spotify* bukan hanya sekadar media pemutar musik, melainkan sebuah ekosistem musik digital yang menempatkan musisi dalam industri global secara profesional, terukur, dan berkelanjutan.

Selain itu, *Spotify* juga memiliki sistem algoritma. Algoritma pada *Spotify* bekerja dengan cara membaca perilaku pendengar, seperti lagu apa yang sering didengarkan, genre favorit, durasi mendengarkan, hingga kebiasaan skip lagu. Dari data ini, *Spotify* menyusun rekomendasi personal bagi setiap pengguna melalui playlist otomatis seperti Discover Weekly atau Release Radar. Algoritma ini penting karena menciptakan jembatan antara musisi dan audiens baru yang mungkin sebelumnya tidak pernah terpapar karya mereka. Dengan kata lain, lagu musisi lokal punya kesempatan untuk muncul di hadapan pendengar yang sesuai dengan preferensi mereka tanpa harus musisi tersebut melakukan promosi secara manual. Inilah yang membuat *Spotify* memiliki daya tarik lebih dibanding sekadar platform streaming lainnya. Perbedaan Discover Weekly dengan playlist dari fitur Song Pitching adalah playlist tersebut hasil kerja otomatis algoritma *Spotify* yang dikurasi berdasarkan kebiasaan mendengarkan tiap individu. Playlist ini bersifat personal, sehingga setiap pengguna memiliki isi Discover Weekly yang berbeda. Sementara itu, playlist yang dihasilkan dari fitur Song Pitching adalah playlist editorial yang dikurasi oleh tim *Spotify*. Ketika musisi mengajukan lagu melalui pitching, *Spotify* memiliki kurator yang menilai dan memutuskan apakah lagu tersebut layak masuk ke playlist populer dengan jutaan pendengar.

Kemudian berbicara soal keuntungan, fitur premium pada *Spotify* memang meningkatkan kenyamanan pengguna karena memungkinkan mendengarkan lagu tanpa iklan dan bisa diunduh untuk offline. Namun, dari sisi keuntungan royalty, efeknya lebih condong pada model bisnis *Spotify* itu sendiri. Royalty musisi dihitung dari jumlah streaming yang terakumulasi, bukan dari status akun pendengar (gratis atau premium). Artinya, baik pengguna gratis maupun premium, setiap kali melakukan streaming, musisi tetap mendapatkan royalty meski jumlah per-stream relatif kecil. Keuntungan terbesar dari premium justru dirasakan oleh *Spotify* sebagai perusahaan melalui pemasukan berlangganan.

Dalam konteks teori New Media yang dikembangkan oleh Denis McQuail, media baru memfasilitasi interaksi, personalisasi, dan aksesibilitas yang lebih tinggi dibandingkan media tradisional. Dalam teori ini, media baru dicirikan oleh digitalisasi, interaktivitas, hypertextuality, virtualisasi, simulasi, dan jaringan, yang semuanya dapat diidentifikasi dalam penggunaan *Spotify* oleh musisi lokal.

a. Digital

Karakteristik digital mengacu pada kemampuan media untuk mengubah informasi menjadi format digital yang memungkinkan distribusi, akses, dan pengelolaan yang lebih efisien. Format digital juga memungkinkan penyimpanan dan pengiriman data tanpa mengurangi kualitas aslinya. Dalam konteks *Spotify* dan *Spotify for Artists*, hampir seluruh elemen dari platform ini dirancang dengan teknologi digital. Fitur seperti Share memungkinkan musisi untuk membagikan karya mereka dalam bentuk tautan digital ke berbagai platform media sosial. Fitur Lyrics dan Video & Canvas juga merupakan representasi konten digital yang memungkinkan pendengar mengakses pengalaman visual dan lirik lagu secara bersamaan. Sementara itu, fitur seperti Profile Customize dan Artists Pick memanfaatkan format digital untuk menampilkan elemen visual, seperti gambar dan teks, untuk memperkuat citra musisi.

b. Interaktif

Interaktivitas dalam New Media menekankan kemampuan pengguna untuk berinteraksi dengan konten, baik secara langsung maupun tidak langsung. *Spotify for Artists* menyediakan berbagai fitur yang memungkinkan musisi tidak hanya mempublikasikan karya mereka tetapi juga memahami audiens mereka. Fitur seperti Audience stats adalah bentuk nyata dari interaktivitas, di mana data pendengar seperti usia, lokasi, dan demografi pendengar dapat digunakan musisi lokal untuk merencanakan strategi mereka. Selain itu, fitur seperti Song Pitching melibatkan interaksi musisi dengan platform melalui pengajuan lagu ke kurator, menciptakan peluang agar karya mereka dapat muncul di playlist besar.

c. Hypertextual

Karakteristik ini mengacu pada kemampuan media digital untuk menghubungkan informasi melalui tautan, memungkinkan akses cepat ke berbagai konten terkait. Dalam *Spotify for Artists*, fitur Profile Customize adalah salah satu contoh penerapan konsep ini, di mana profil band menjadi gerbang untuk mengenal lebih jauh tentang artis, termasuk diskografi, deskripsi band, dan karya terbaru. Selain itu, fitur Share memungkinkan musisi menciptakan koneksi langsung ke lagu atau album mereka melalui tautan yang dapat dibagikan di berbagai media sosial. Dengan satu klik, pendengar dapat langsung diarahkan ke lagu yang ingin mereka dengar.

d. Virtual

Karakteristik virtual mengacu pada representasi digital dari sesuatu yang ada di dunia nyata, memungkinkan pengalaman visual atau informasi tanpa interaksi fisik langsung. *Spotify*, dengan fitur seperti Video & Canvas, menyediakan representasi visual dari lagu yang membantu menciptakan pengalaman mendengarkan yang lebih imersif. Fitur seperti Artists Pick juga berfungsi sebagai alat virtual untuk menampilkan rilis terbaru, tur, atau merchandise tanpa harus menghadirkan promosi fisik. Dengan demikian, fitur ini menjadi media yang efektif untuk memperkuat kehadiran digital musisi di platform.

e. Simulasi

Simulasi dalam New Media mengacu pada penciptaan pengalaman virtual yang meniru atau melampaui pengalaman nyata. *Spotify*, melalui fitur Video & Canvas, memberikan peluang kepada musisi untuk menyampaikan narasi atau konsep visual yang mendukung lagu mereka. Dalam konteks ini, simulasi menciptakan hubungan yang lebih mendalam antara pendengar dan musisi, memungkinkan pendengar untuk memahami karya secara lebih visual. Hal ini memperkaya pengalaman mendengarkan dan memberikan konteks tambahan pada lagu yang didengar.

f. Jaringan

Karakteristik jaringan menunjukkan bagaimana platform digital memfasilitasi koneksi antara pengguna di berbagai wilayah. *Spotify*, sebagai platform berbasis jaringan, memungkinkan musisi untuk menjangkau audiens global melalui fitur seperti Song Pitching, yang memberikan peluang agar lagu mereka masuk ke playlist besar. Selain itu, fitur seperti Audience stats membantu musisi memahami di mana pendengar mereka berada, sehingga mereka dapat menciptakan strategi yang lebih terfokus untuk menjangkau audiens di lokasi tertentu. Dalam konteks ini, *Spotify* bertindak sebagai penghubung antara musisi dan pendengar di seluruh dunia, memungkinkan distribusi karya yang lebih luas dan efisien.

Penelitian ini menegaskan relevansi teori *New Media* dalam mendukung transformasi industri musik dari format tradisional ke digital. Dalam konteks lokal Gorontalo, *Spotify* menjadi platform strategis yang memungkinkan musisi untuk mengatasi keterbatasan distribusi fisik yang sebelumnya menjadi kendala utama. Transformasi ini tidak hanya mengubah cara musisi mendistribusikan karya mereka tetapi juga memperkuat hubungan mereka dengan audiens melalui pendekatan yang lebih personal dan berbasis data. Selain itu, media baru tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai ekosistem yang memungkinkan inovasi, interaksi, dan partisipasi aktif dari penggunanya. *Spotify*, sebagai salah satu representasi media baru, memberikan kesempatan bagi musisi lokal untuk berkembang lebih jauh di tengah perubahan lanskap industri musik yang semakin digital. Penelitian ini juga sejalan dengan temuan dalam penelitian terdahulu yang menyoroti peran penting media digital dalam mendukung distribusi dan promosi karya musik. Sebagai contoh, studi oleh Heribertus Agus (2018) menyoroti bagaimana video lirik digunakan oleh musisi indie untuk memperluas jangkauan audiens mereka, yang memperkuat relevansi penggunaan fitur Video & Canvas dalam penelitian ini. Video & Canvas memberikan nilai tambah visual

yang tidak hanya memperkuat identitas Artistsik tetapi juga membantu audiens untuk lebih memahami tema dan pesan di balik sebuah lagu. Selanjutnya, penelitian oleh Yus Rizal Muhammad (2020) menunjukkan bahwa media sosial menjadi alat dominan dalam strategi pemasaran musik digital. Hal ini sangat relevan dengan temuan penelitian ini, khususnya dalam pemanfaatan fitur Share pada *Spotify*, di mana musisi lokal dapat menyebarkan karya mereka melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, *WhatsApp*, dan *X* untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Relasi dengan komunitas lokal dan jejaring pertemanan menjadi faktor kunci dalam memaksimalkan dampak dari fitur ini.

Penelitian oleh Raditya Agung (2022), yang menyoroti penggunaan *Spotify* sebagai alat pendukung pembelajaran, memperkuat temuan bahwa platform ini fleksibel dan dapat diadaptasi untuk berbagai tujuan. Dalam konteks penelitian ini, fleksibilitas tersebut terlihat dalam cara musisi lokal memanfaatkan fitur *Spotif* untuk memperkenalkan karya mereka secara lebih strategis dan efisien. Misalnya, fitur Audience stats memberikan data demografis yang membantu musisi dalam memahami audiens mereka dan menyusun strategi promosi yang lebih relevan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan *Spotify* dan *Spotify for Artists* oleh musisi lokal tidak hanya sebatas sebagai platform distribusi musik, melainkan juga sebagai medium strategis dalam memperkenalkan karya mereka. Fitur-fitur *Spotify* seperti *Share*, *Lyrics*, *Video & Canvas*, dan Deskripsi Profil digunakan musisi untuk menjangkau audiens yang lebih luas, membangun kedekatan emosional dengan pendengar, menambah daya tarik visual, serta memperkuat identitas dan citra profesional. Sementara itu, fitur-fitur *Spotify for Artists* seperti Profile Customize, Song Pitching, Artist Pick, dan Audience Stats dimanfaatkan untuk menata profil band agar terlihat representatif, memperbesar peluang masuk ke playlist editorial, menyoroti rilisan terbaru, serta memahami data audiens sebagai dasar perencanaan promosi yang lebih terarah.

Selain dari pemanfaatan fitur, musisi lokal juga melakukan strategi lain dalam memaksimalkan layanan platform *Spotify*, seperti membuat materi promosi kreatif berupa teaser lagu, potongan lirik, atau cuplikan live performance, dilengkapi dengan caption tautan menuju profil *Spotify*, yang mereka promosikan melalui media sosial, kemudian aktif dalam jaringan komunitas skena, serta menjaga konsistensi merilis karya, yang secara keseluruhan menegaskan bahwa platform ini berperan penting dalam memberikan legitimasi, kredibilitas, sekaligus akses global. Dengan demikian, keberadaan platform *Spotify* bukan hanya sekadar alat pemutar musik digital, melainkan ekosistem profesional yang mampu mendukung musisi lokal untuk meningkatkan eksistensi, memperluas jaringan audiens, serta menempatkan karya mereka dalam konteks industri musik global.

KONFLIK KEPENTINGAN

Penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan. Pendana tidak memiliki peran dalam perancangan studi; dalam pengumpulan, analisis, atau interpretasi data; dalam penulisan naskah, atau dalam keputusan untuk menerbitkan hasil.

REFERENSI

- Burhan Bungin, H. M. (2013). Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat Ayyubi, S. Al. (2016). Industri Musik Digital Diprediksi Jadi Tren 2017. *Bisnis Tekno*
- Daily Social. (2018). Online Music Streaming in Indonesia Survey 2018. Diakses dari: <https://dailysocial.id/research/online-music-streaming-i-n-indonesia-survey-2018>
- Zebua, F. (2018). Laporan DailySocial: Survei Layanan Streaming Musik 2018. *Dailysocial.Id*. Diakses dari: <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-survei-layanan-streaming-musik-2018>
- Wenzano, P. P. (2022). Visualisasi Model Bisnis Spotify. *OSF Preprints*, 1–3. Diakses dari: <https://osf.io/2w6uj/>
- Abidin, A. A. (2018). Perancangan Promosi Fitur Premium Pada Spotify Premium Feature On Spotify Promotion Design. *Nucleic Acids Research*, 6(1), 1–7. <http://dx.doi.org/10.1016/j.gde.2016.09.008>

- Agistasari, S. R. (2021). Hubungan Penggunaan Aplikasi Streaming Musik Spotify Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Komunitas Wargakelana, 2, 1–13.
- Dewatara, G. W., & Agustin, S. M. (2019). Pemasaran Musik Pada Era Digital Digitalisasi Industri Musik Dalam Industri 4.0 Di Indonesia. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1). <https://doi.org/10.32509/wacana.v18i1.729>
- Fadryona, R. (2021). The Spotify Effect: Peranan Spotify for Artists dalam Industri Musik 4.0. *Jurnal InterAct*, 9(2), 96–109. <https://doi.org/10.25170/interact.v9i2.2188>
- Hasan, K., Husna, A., & Fitri, D. (2023). Transformasi Komunikasi Massa Era Digital Antara Peluang Dan Tantangan. *JPP Jurnal Politik Dan Pemerintahan*, 8, 41–55.
- Iswandi, I. (2015). Refleksi Psikologi Musik Dalam Perilaku Masyarakat Sehari-Hari. *Humanus*, 14(2), 152. <https://doi.org/10.24036/jh.v14i2.5681>
- Jansen, Y., & Permatasari, V. A. A. (2022). Pemanfaatan Media Digital Sebagai Sarana Alternatif Distribusi Musik Band Pyong-Pyong. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 3(1), 43–55. <https://doi.org/10.24167/jkm.v3i1.5306>
- [13]Muhammad, Y. R., & Rachman, A. (2020). Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Karya Musik Di Era Industri 4.0 (Studi Kasus Pada Band Sendau Gurau Di Semarang). *Musikolastika: Jurnal Pertunjukan Dan Pendidikan Musik*, 2(1), 23–30. <https://doi.org/10.24036/musikolastika.v2i1.35>
- Njatrijani, R., Widanarti, H., Mutia, D., & Aribowo, A. (2020). Era Digital Melahirkan Peran Baru, Agregator Musik Dalam Mendistribusikan Karya Cipta Lagu Dan Musik. *Diponegoro Private Law Review*, 7(1), 689–699. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr/article/view/8176>
- Ramadhan, A. M. F., Karnay, S., & Amir, A. S. (2017). Soundcloud Sebagai Media Alternatif Distribusi Karya Musik Musisi Indie Kota Makassar. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 333. <https://doi.org/10.31947/kjik.v6i2.5337>
- Sepnandito, P. D., et al. (2024). Pengaruh Fitur Spotify Social Dan Pemasaran Personalisasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Spotify Dimediasi Dengan Kepuasan Pelanggan, 49–65.
- Turnip, E. Y., & Siahaan, C. (2021). Etika Berkomunikasi dalam Era Media Digital. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 3(4), 1–8. <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/659>
- Amalia, N. (2021). Strategi Kreatif Kreator Konten Dalam Memproduksi Video Dakwah Di Akun Instagram @Bagussuhar. *Komunikasi Penyiaran Islam*.
- Arinda, R. O. (2024). Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Rumah Kreatif Suku Seni Riau Melalui @Sukuseniriau.
- Muliadiinata, G. R. (2023). Strategi Kreatif @Angkringan.West Dalam Memproduksi Konten Video Endorsement. Diakses dari: <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/...>
- Nurlita, R. (2018). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran Online Pada Matakuliah Kewirausahaan.
- Salafudin, M. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi pada Taman Baca Widya Pustaka Kabupaten Pemalang. *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*. <https://repository.uinjkt.ac.id/...>
- Sofyan, H., & Toriq, I. (2018). Peran Media Digital dalam Perkembangan Industri Kreatif. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 1, 676–681. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i1.254>