

## DAFTAR PUSTAKA

- Aprodhita, T. (2024). *Metode penelitian*. Politeknik Penerbangan Palembang.
- Astuti, A. T. W. (2021). Definisi Generasi. *E-Journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Delliana, S., Pratiwi, E., Wasana, F. W., & Sari, E. K. (2024). Vibes chill di perpustakaan Spotify sebagai healing digital untuk Gen Z. *Media Informasi*, 33(2), 170–180. <https://doi.org/10.22146/mi.v33i2.14752>
- Editorial CXO Media. (2025). *Spotify Loud & Clear 2025: Lanskap potensial musik Indonesia*. <https://www.cxomedia.id/art-and-culture/20250514173000-24-182345/spotify-loud-and-clear-2025-lanskap-potensial-musik-indonesia> diakses pada tanggal 26 Februari 2026 pukul 12.00 WIB.
- Ermaningtiastuti, C. (2022). Mengintip Kesuksesan Kampanye Tahunan Spotify Wrapped. <https://www.marketeers.com/mengintip-kesuksesan-kampanye-tahunan-spotify-wrapped/> diakses pada tanggal 26 Februari 2026 pukul 12.00 WIB.
- Febrianti, Isma Yunitsnaini (2022). *Perlindungan Hukum Atas Hak Ekonomi Dan Hak Moral Mengenai Hak Cipta Lagu Daerah Lampung Berdasarkan Undang-Undang No 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta*. Skripsi (S1) thesis, Universitas Muhammadiyah Metro.
- Ferika Agustinus, Anastasia (2021). *Analisis Strategi Konten Media Sosial SM Entertainment dalam Meningkatkan Awareness dan Membangun Engagement Artis SM di Indonesia (Studi Kasus pada Konten Instagram @smtown\_idn)*. Bachelor Thesis, Universitas Multimedia Nusantara.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. Pasuruan, Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Harsari, R. N. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Instagram@Styleilookss. *Jurnal Media Kom*, 10(1), 62-71. <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/mediakom/article/view/12252>
- Hilman, N. N., Hardiana, L. B., Cahyani, G. I., Mayleni, N. H., & Syakinah, R. (2025). Peran serta aksi Gen-Z dalam era serba teknologi. *Saber: Jurnal Teknik Informatika, Sains dan Ilmu Komunikasi*, 3(2), 182–189. <https://doi.org/10.59841/saber.v3i2.2596>
- Khairia, N. (2024). *Analisis brand engagement Spotify Wrapped 2023 dalam menciptakan electronic word of mouth (Studi kasus pada Instagram @spotifyid)*. Skripsi, Universitas Bakrie.

- Kurniawan, B., & Rofiki, K. (2024). Peran media sosial dalam strategi pemasaran film: Pengaruhnya terhadap kepuasan dan antusiasme penonton film. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(7).
- Kurniawan, B., & Rofiki, K. (2024). Peran media sosial dalam strategi pemasaran film: Pengaruhnya terhadap kepuasan dan antusiasme penonton film. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(7).
- Leba, M. C. O. (2024). *Pengaruh psychological empowerment terhadap voice behavior pada karyawan generasi Z*. Skripsi, Universitas Pembangunan Jaya.
- Maulani, N. (2022). *Kontribusi 88Rising terhadap program Indonesia Creative Incorporated (ICINC) di Amerika Serikat*. Skripsi, Universitas Pasundan.
- Mutaqin, F. (2025). Strategi jitu di balik kesuksesan Spotify Wrapped. [https://theconversation.com/id/strategi-jitu-di-balik-kesuksesan-spotify-wrapped-](https://theconversation.com/id/strategi-jitu-di-balik-kesuksesan-spotify-wrapped) diakses pada tanggal 26 Februari 2026 pukul 12.00 WIB.
- Prajnadipa, Y. N. (2022). *Pengaruh viral marketing Spotify Wrapped terhadap loyalitas pelanggan Spotify Indonesia usia 18–34 tahun (Studi kuantitatif eksplanatif pada followers akun Instagram Spotify Indonesia @spotifyid)*. Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Ulfa, Nur Maria (2025). *Representasi Feminisme Dalam Film Dokumenter Wadon Ora Didol (Analisis Wacana Sara Mills)*. Undergraduate (S1) thesis, IAIN Ponorogo.
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital marketing*. Malang: Edulitera Imprint PT. Literindo Berkah Karya.
- Widiyan, M. (2023). *Antusiasme followers Instagram komunitas Raisul Fata terhadap pesan-pesan dakwah*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Wikipedia. (2025). *Spotify*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Spotify> diakses pada tanggal 26 Februari 2026 pukul 12.00 WIB.
- Wikipedia. (2026). *Generasi Z*. [https://id.wikipedia.org/wiki/Generasi\\_Z](https://id.wikipedia.org/wiki/Generasi_Z) diakses pada tanggal 26 Februari 2026 pukul 12.00 WIB.
- Wiliya Nesa, Neda (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Cashless Transaction Behavior Pada Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Jambi Prodi Bisnis Digital Angkatan 2021–2023)*. S1 thesis, Universitas Jambi.
- Wulandari, A. A., Xenora, O. D., & Rahmawati, A. A. (2025). Strategi digital marketing untuk generasi muda: Studi kasus aplikasi Spotify di Indonesia. *Digicom: Jurnal Komunikasi dan Media*, 5(1), 9–16.

Wulandari, I. A. (2024). *Pengaruh kampanye digital Spotify Wrapped terhadap brand advocacy Spotify di media sosial*. Skripsi, Universitas Negeri Jakarta.