

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian.....	14
1.2.1 Fokus Penelitian	14
1.2.2 Pertanyaan Penelitian	15
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	15
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	15
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	18
2.1 Kajian Literatur	18
2.1.1 Review Penelitian Sejenis	18
2.2 Kerangka Konseptual	22
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	22
2.2.1.1 Definisi Komunikasi Pemasaran	22
2.2.1.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	25
2.2.1.3 Model Komunikasi Pemasaran.....	29
2.2.1.4 Komponen Komunikasi Pemasaran	30
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Digital.....	35
2.2.3 Digital Marketing	39
2.2.3.1 Pengertian Digital Marketing	39
2.2.3.2 Strategi Digital Marketing.....	40
2.2.3.3 Manfaat Digital Marketing dan Dampak Digital Marketing.....	42
2.2.3.4 Kelebihan dan Kekurangan Digital Marketing.....	45
2.2.3.5 Jenis-jenis Digital Marketing.....	46
2.2.3.6 Aspek Digital Marketing	47
2.2.4 Spotify	49
2.2.4.1 Pengertian Spotify	49
2.2.4.2 Sejarah dan Perkembangan Spotify.....	51
2.2.4.3 Fitur-Fitur Utama Spotify.....	54
2.2.4.4 Fitur Spotify Wrapped.....	56
2.2.5 Antusiasme Pengguna	57

2.2.6	Generasi Z	59
2.2.6.1	Pengertian Generasi.....	59
2.2.6.2	Pengertian Generasi Z	60
2.2.6.3	Generasi Z sebagai Audiens Digital	62
2.2.7	Kerangka Teoritis	64
2.2.7.1	Teori Komunikasi Pemasaran.....	64
2.2.8	Kerangka Pemikiran	68
BAB III SUBJEK, OBJEK DAN METODE PENELITIAN		70
3.1	Subjek, Objek dan Metode Penelitian	70
3.1.2	Subjek Penelitian	70
3.1.3	Objek Penelitian	73
3.1.4	Metodologi Penelitian.....	75
3.2	Paradigma Penelitian	76
3.3	Prosedur Pengumpulan Data	78
3.4	Rancangan Analisis Data.....	80
3.5	Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian	82
3.6	Membuka Akses dan Menjalin Hubungan dengan Subjek Penelitian....	83
3.7	Lokasi dan Jadwal Penelitian	85
3.7.1	Lokasi Penelitian	85
3.7.2	Jadwal Penelitian	86
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		87
4.1	Hasil Penelitian.....	87
4.1.1	Perhatian (cognitive)	89
4.1.2	Tanggapan/respon.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3	Perilaku (<i>behavioral</i>)	109
4.1.4	Pendapat Informan Inti	118
4.1.5	Pendapat Informan Ahli.....	123
4.2	Pembahasan Penelitian	132
4.2.1	Perhatian (cognitive)	134
4.2.2	Tanggapan	136
4.2.3	Perilaku (<i>behavioral</i>)	139
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		142
5.1	Kesimpulan.....	142
5.2	Saran.....	144

DAFTAR PUSTAKA.....	146
---------------------	-----

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis.....	20
Tabel 2. 2 Generasi	60
Tbael 3. 1 Nama Informan.....	73
Tabel 4. 1 Tabulasi Perhatian Generasi Z terhadap komunikasi pemasaran fitur Spotify Wrapped dalam membangun antusiasme pengguna.....	96
Tabel 4. 2 Tabulasi Tanggapan/respon	106
Tabel 4. 3 Tabulasi Perilaku.....	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Spotify	51
Gambar 2. 2 Mendengarkan offline, open lyrics, group listening session, collaborative playlist, friend activity	56
Gambar 2. 3 Rangkuman Spotify Wrapped 2025.....	57
Gambar 2. 4 Kerangka Pemikiran	69