

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

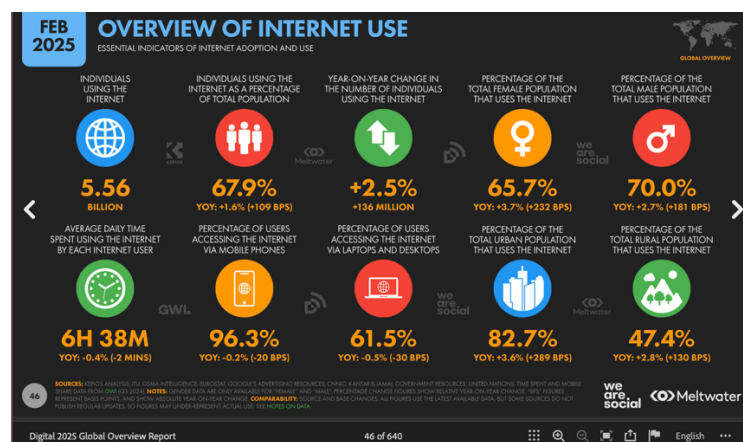
Musik memiliki posisi penting dalam kehidupan manusia karena mampu menyampaikan makna dan perasaan yang sulit diwakili oleh bahasa verbal. Melalui lirik, melodi, ritme, dan harmoni, seseorang bisa menyampaikan pengalaman personal, nilai-nilai budaya, dan emosi terdalam yang mungkin sulit diungkapkan dengan kata-kata. Musik dapat didengar di mana saja bahkan ketika sedang berbelanja, olahraga, belajar atau di restoran. Kehadiran musik dalam aktivitas tersebut tidak hanya menciptakan suasana tetapi juga memengaruhi perilaku dan mood

Generasi muda atau Gen Z memaknai musik sebagai alat untuk memahami diri, mengekspresikan suasana hati, mengatur emosi, hingga menunjukkan identitas personal dan sosial bukan semata sebagai hiburan semata Azahra, Nasir, Afriyenti (2025) Sementara itu, generasi Gen Z dikenal sebagai generasi yang tumbuh dengan akses mudah ke berbagai media musik digital, media sosial, streaming, playlist dan oleh karena itu Gen Z memiliki karakter ekspresif dan kreatif dalam memanfaatkan media-media tersebut untuk membangun dan menampilkan identitas diri mereka.

Dahulu, akses terhadap musik terbatas pada media fisik seperti Walkman, kaset, radio, atau pemutar CD, yang mengharuskan pengguna memiliki perangkat khusus untuk menikmatinya. Namun, dengan hadirnya inovasi digital dalam bentuk

platform streaming musik online seperti Spotify, Apple Music, dan YouTube Music, akses ke jutaan lagu kini menjadi lebih cepat, mudah, dan fleksibel. Fungsi musik tidak hanya terbatas pada hiburan semata, melainkan juga memiliki dampak yang besar pada aspek-aspek seperti emosi, suasana hati, dan bahkan perilaku konsumen. Dengan kemajuan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi, khususnya dengan munculnya *platform streaming* musik seperti *Spotify*, cara manusia berinteraksi dengan musik telah mengalami perubahan signifikan. Ini telah mengubah pola konsumsi musik secara global.

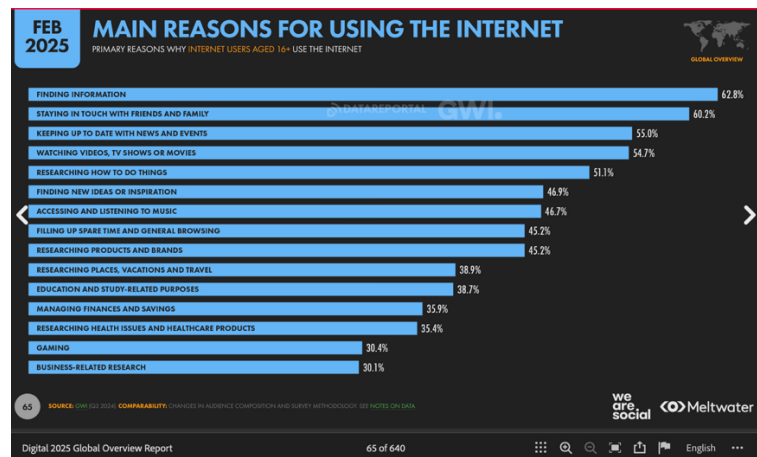
Dilansir dari We Are Social yang merupakan sebuah agensi kreatif global yang berfokus pada media sosial dan budaya digital yang menyatakan bahwa



Gambar 1.1 Overview Of Internet Use (Sumber: We Are Social)

Menurut laporan We Are Social dan Meltwater (2025), jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 212 juta orang, yang setara dengan sekitar 74,6% dari total populasi. Ini menunjukkan peningkatan sebesar 8,7% dibandingkan tahun lalu. Dari total tersebut, 98,7% pengguna mengakses internet

melalui smartphone, dengan rata-rata waktu penggunaan mencapai 7 jam 22 menit setiap harinya. Data ini mencerminkan tingginya tingkat aktivitas digital di kalangan masyarakat Indonesia, yang didominasi oleh pengguna mobile.

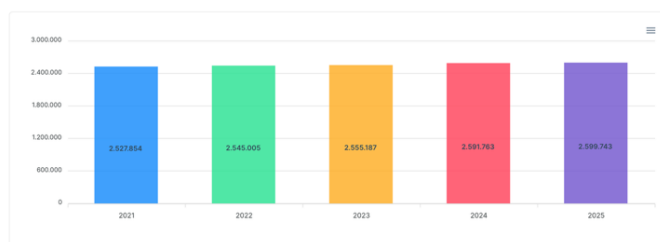


Gambar 1.2 Alasan Utama Menggunakan Internet (Sumber: We Are Social)

Berdasarkan laporan *Digital 2025 Global Overview* oleh We Are Social dan Meltwater, salah satu alasan utama masyarakat menggunakan internet adalah untuk mengakses dan mendengarkan musik, dengan persentase mencapai 46,7%. Data ini menunjukkan bahwa hampir setengah dari pengguna internet memanfaatkan ruang digital untuk aktivitas hiburan berbasis audio. Tingginya minat terhadap konsumsi musik online tersebut turut mencerminkan perubahan pola perilaku pengguna yang semakin bergantung pada layanan digital dalam memenuhi kebutuhan hiburan sehari-hari. Hal ini sekaligus menegaskan bahwa musik memiliki peran penting dalam keseharian pengguna di dunia digital.

Tingginya tingkat penggunaan internet dan konsumsi musik digital di Indonesia tersebut tidak hanya terjadi secara umum, tetapi juga tercermin dalam

konteks kehidupan masyarakat di tingkat lokal. Kota Bandung sebagai salah satu kota besar di Indonesia dikenal memiliki karakteristik masyarakat yang didominasi oleh generasi muda serta memiliki tingkat adopsi teknologi yang cukup tinggi



Gambar 1.2 Jumlah Penduduk Kota Bandung (Sumber: Disdukcapil)

Berdasarkan data dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Disdukcapil) Kota Bandung, jumlah penduduk Kota Bandung menunjukkan tren peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2021, jumlah penduduk tercatat sebesar 2.527.854 jiwa, kemudian meningkat menjadi 2.545.005 jiwa pada tahun 2022, dan 2.555.187 jiwa pada tahun 2023. Selanjutnya, pada tahun 2024 jumlah penduduk mencapai 2.591.763 jiwa, dan terus meningkat hingga 2.599.743 jiwa pada tahun 2025. Peningkatan jumlah penduduk ini menunjukkan bahwa Kota Bandung merupakan wilayah urban yang terus berkembang dengan tingkat kepadatan penduduk yang tinggi. Kondisi ini juga diikuti dengan dominasi usia produktif, termasuk Generasi Z, yang menjadi bagian signifikan dari struktur demografi kota. Sebagai kota yang dikenal dengan karakteristik masyarakatnya yang kreatif dan didominasi oleh kalangan muda, Bandung menjadi ruang yang subur bagi perkembangan gaya hidup digital. Tingginya jumlah penduduk, khususnya generasi muda, berkontribusi terhadap meningkatnya penggunaan teknologi dan platform digital, termasuk layanan streaming musik seperti Spotify. Dengan demikian,

kondisi demografis Kota Bandung yang terus meningkat dan didominasi oleh generasi muda menjadi relevan dalam melihat fenomena penggunaan playlist Spotify sebagai ruang ekspresi diri dan representasi gaya hidup. Hal ini memperkuat alasan pemilihan Kota Bandung sebagai lokasi penelitian, karena memiliki karakteristik yang sesuai dengan fokus kajian, yaitu Generasi Z yang aktif dalam budaya digital.



Gambar 1.3 Data Aplikasi Musik (Sumber: APJII)

Berdasarkan Survei Internet Indonesia 2024 yang dirilis oleh APJII, pola konsumsi musik digital di Indonesia menunjukkan perubahan signifikan. YouTube Music masih menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan masyarakat, diikuti oleh Spotify dengan persentase penggunaan mencapai 28,27%, meningkat dari tahun sebelumnya. Meskipun bukan aplikasi dengan pengguna terbanyak, Spotify justru menjadi platform yang menarik untuk diteliti karena memiliki karakteristik yang berbeda dibanding kompetitornya, seperti fokus pada audio streaming, fitur

personalisasi playlist, serta ekosistem yang mendorong pengguna untuk membangun ekspresi diri melalui musik. Kenaikan persentase pengguna Spotify dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa platform ini semakin relevan bagi generasi muda, khususnya Gen Z, sehingga penting untuk memahami bagaimana Spotify digunakan, dimaknai, dan berperan dalam kehidupan digital saat ini.

Sebagai salah satu layanan streaming musik global yang dominan, Spotify menyediakan katalog musik yang luas, dan kemampuan untuk memberikan rekomendasi musik yang disesuaikan dengan preferensi tiap pengguna, *Spotify* telah mengubah lanskap industri musik secara mendasar. Pengguna dapat dengan mudah mengakses jutaan lagu dari berbagai genre dan artis tanpa harus membeli album fisik atau melakukan unduhan ilegal.

Spotify mulai diperkenalkan pada tahun 2016, sehingga dapat digolongkan sebagai aplikasi yang mulai ada pada era generasi milenial. Hal ini disebabkan karena *Spotify* merupakan layanan musik berbayar yang membutuhkan koneksi internet, sesuai dengan kebiasaan generasi milenial yang aktif menggunakan internet dalam kehidupan sehari-hari. Kehadiran Spotify pada periode ini kemudian menjadi fondasi bagi meningkatnya penggunaan di kalangan Gen Z, yang tumbuh sebagai digital native dan semakin memanfaatkan Spotify sebagai bagian dari gaya hidup digital mereka.

Selain sebagai media hiburan, Spotify juga menawarkan ruang bagi pengguna untuk mengekspresikan identitas diri melalui fitur *playlist*. Playlist merupakan kumpulan lagu yang disusun dan dikurasi oleh pengguna dalam satu

daftar tertentu, biasanya berdasarkan suasana hati, tema, aktivitas, atau pengalaman pribadi. Melalui playlist, pengguna tidak hanya mengatur lagu yang ingin didengarkan, tetapi juga secara tidak langsung menyusun representasi perasaan dan cerita diri mereka.

Berdasarkan penelitian Hilmy (2024), pengguna Spotify terutama generasi muda menggunakan playlist sebagai cara menyalurkan pemikiran, perasaan, dan pengalaman pribadi, sehingga pilihan lagu tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai bentuk refleksi diri.

Playlist kemudian berkembang menjadi media ekspresif yang memungkinkan pengguna, khususnya Generasi Z, untuk membangun narasi diri melalui musik. Generasi ini tumbuh di era digital yang penuh dengan tekanan akademik, dinamika sosial, serta kebutuhan akan ruang aman untuk mengekspresikan perasaan mereka. Oleh karena itu, Spotify menjadi wadah yang relevan untuk menyalurkan emosi, mengabadikan pengalaman hidup, sekaligus menampilkan gaya hidup yang ingin mereka tunjukkan kepada orang lain.

Seperti yang ditemukan oleh Nouvelle, Andriana, dan Widarti (2024), playlist sering dirancang sebagai “cermin psikologis” yang menggambarkan suasana batin, identitas personal, hingga posisi sosial yang sedang dikonstruksi oleh pengguna. Dengan demikian, playlist bagi Generasi Z tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, melainkan juga sebagai media representasi diri yang menggambarkan siapa mereka, apa yang mereka rasakan, serta nilai-nilai gaya hidup yang mereka anggap penting.

Dalam konteks ini, Spotify hadir bukan sekadar sebagai aplikasi hiburan, melainkan telah menjadi bagian dari rutinitas sehari-hari Generasi Z di Kota Bandung. Penggunaannya dapat ditemukan dalam berbagai aktivitas, seperti saat belajar, bekerja, beraktivitas, maupun saat menikmati waktu sendiri. Fitur-fitur seperti Discover Weekly, Daily Mix, serta penyusunan playlist memungkinkan pengguna untuk mengeksplorasi preferensi musikal sekaligus mengekspresikan karakter pribadi mereka. Musik yang dipilih tidak hanya merepresentasikan suasana hati, tetapi juga dapat mencerminkan selera, relasi sosial, hingga citra diri yang ingin ditampilkan dalam kehidupan sehari-hari.

Fenomena ini juga terlihat dari kebiasaan Generasi Z di Kota Bandung yang secara aktif menyusun playlist pribadi dengan judul-judul yang merepresentasikan kondisi emosional maupun pengalaman hidup tertentu, seperti “late night thoughts”, “healing era”, atau “quarter life crisis”. Playlist tersebut tidak jarang dibagikan melalui media sosial atau menjadi bagian dari interaksi dalam pertemanan. Hal ini menunjukkan bahwa playlist tidak lagi bersifat privat, melainkan telah menjadi medium ekspresi yang digunakan untuk berkomunikasi secara simbolik dengan lingkungan sosialnya.

Dengan demikian, Spotify menjadi media yang sangat dekat dengan kehidupan Generasi Z di Kota Bandung, baik sebagai sarana personal untuk mengelola emosi maupun sebagai media untuk mengekspresikan diri dalam kehidupan sosial. Fenomena penggunaan Spotify dan layanan musik digital lainnya menjadi semakin relevan untuk dikaji karena menunjukkan bahwa hubungan antara

media musik dan ekspresi diri Generasi Z tidak lagi bersifat sederhana. Musik digital kini tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga sebagai medium untuk menggambarkan suasana hati, kepribadian, dan gaya hidup.

Meskipun fenomena ini cukup kuat terlihat dalam keseharian anak muda di Kota Bandung, penelitian yang secara khusus mengkaji Spotify sebagai sarana ekspresi diri dan representasi gaya hidup masih relatif terbatas. Sebagian besar kajian terdahulu lebih menekankan pada perilaku mendengarkan musik, seperti preferensi genre atau pola penggunaan aplikasi, tanpa menggali bagaimana musik digital berfungsi dalam pembentukan identitas dan gaya hidup. Padahal, beberapa penelitian terbaru telah menunjukkan bahwa playlist memiliki makna personal dan dapat mencerminkan emosi serta representasi diri penggunanya. Oleh karena itu, penelitian mengenai Spotify sebagai sarana ekspresi diri, khususnya pada Generasi Z di Kota Bandung, menjadi penting untuk dilakukan.

1.2 Fokus dan Pertanyaan penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah pada pengalaman subjektif Generasi Z di Kota Bandung dalam menggunakan playlist Spotify serta bagaimana pengalaman tersebut dimaknai sebagai ruang ekspresi diri dan representasi gaya hidup. Penelitian ini menyoroti pengalaman Gen Z dalam menyusun dan menggunakan playlist Spotify, yang kemudian membentuk makna terkait identitas diri, suasana hati, dan gaya hidup dalam konteks budaya digital perkotaan.

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana pengalaman subjektif Generasi Z di Kota Bandung dalam menyusun dan menggunakan playlist Spotify?
2. Bagaimana kesadaran dan intensionalitas Generasi Z di Kota Bandung dalam menyusun playlist Spotify sebagai sarana ekspresi diri dan representasi gaya hidup?
3. Bagaimana Generasi Z di Kota Bandung memaknai playlist Spotify sebagai ruang ekspresi diri dan representasi gaya hidup dalam konteks interaksi sosial?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan beberapa pernyataan penelitian diatas, adapun tujuan dari penelitian

1. Untuk mengetahui pengalaman subjektif Generasi Z di Kota Bandung dalam menyusun dan menggunakan playlist Spotify.
2. Untuk memahami kesadaran Generasi Z di Kota Bandung terhadap playlist Spotify sebagai sarana ekspresi diri dan representasi gaya hidup, serta tujuan dalam penyusunannya.
3. Untuk mengetahui pemaknaan Generasi Z di Kota Bandung terhadap playlist Spotify sebagai ruang ekspresi diri dan representasi gaya hidup dalam konteks interaksi sosial.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoretis

- a. Memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi, khususnya terkait media digital, ekspresi diri, dan identitas generasi Z.
- b. Menjadi referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya mengenai musik digital, budaya digital, dan representasi diri melalui media online.

2. Kegunaan Praktis

- a. Memberikan pemahaman kepada pengguna Spotify, khususnya Gen Z di Kota Bandung, mengenai bagaimana playlist dapat berfungsi sebagai sarana ekspresi diri dan komunikasi simbolik.
- b. Memberikan wawasan bagi lembaga pendidikan, komunitas kreatif, dan pihak yang bergerak di bidang media digital tentang pola konsumsi musik dan pembentukan gaya hidup di kalangan Gen Z.
- c. Menawarkan masukan bagi pengembang platform streaming musik seperti Spotify mengenai cara Gen Z memaknai dan memanfaatkan playlist, sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam pengembangan fitur dan strategi engagement pengguna.