

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Pada setiap penelitian yang akan dilaksanakan, tentunya memiliki suatu penelitian terdahulu yang digunakan sebagai Kajian Penelitian Sejenis untuk dijadikan sebagai referensi atau rujukan pustaka oleh peneliti dan menyelesaikan penelitiannya. Maka, peneliti menggunakan beberapa penelitian yang sejenis dan berkaitan dengan penelitiannya sebagai acuan yang diperoleh dari peneliti-peneliti sebelumnya. Dibawah ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang sejenis dengan penelitian yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Gabriel Putra Josi, Weni A. Arindawati, Nurkinan dari Universitas Singaperbangsa yang berjudul “Motif Penggunaan Aplikasi Musik Spotify Pada Generasi-Z di SMA XYZ Bekasi” Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa generasi Z menggunakan Spotify tidak hanya untuk mendengarkan musik, tetapi juga sebagai media yang berkaitan dengan suasana hati, rutinitas harian, dan kebutuhan emosional. Spotify dipilih karena menawarkan kemudahan akses, fitur playlist yang fleksibel, dan kemampuan aplikasi memberikan rekomendasi musik yang sesuai preferensi pengguna. Musik juga ditemukan menjadi bagian dari identitas personal para pelajar,

meskipun penelitian ini tidak secara mendalam membahas aspek representasi diri melalui playlist.

2. Yesa Privi Azahra, Nurwahyuni Nasir, lenny Utama Afriyenti dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang berjudul “Ekspresi Emosi Dan Regulasi Emosi Gen Z Di Jakarta Dalam Menggunakan Musik Sebagai Media Penyaluran Emosi” Hasil penelitian menunjukkan bahwa musik berfungsi sebagai media yang efektif untuk menyalurkan emosi, baik emosi positif maupun negatif. Gen Z memanfaatkan musik untuk menenangkan diri, memperbaiki suasana hati, mengalihkan stres, serta mengekspresikan perasaan yang sulit disampaikan secara verbal. Musik dipilih karena kedekatan emosional, relevansi lirik, suasana musik, serta kemampuannya membantu proses regulasi diri. Penelitian ini juga menegaskan bahwa musik memiliki peran penting dalam keseharian Gen Z, terutama dalam menghadapi tekanan akademik, relasi sosial, dan dinamika perkembangan diri.
3. Doddy Nouvelle Elistian, Dina Andrian, Widarti “Peran Spotify Dalam Pembentukan Identitas Diri Dan Ekspresi Gaya Hidup Gen Z Di Jakarta” Hasil penelitian membahas bagaimana Spotify di gunakan oleh Gen Z di Jakarta sebagai media untuk membentuk identitas diri dan mengekspresikan gaya hidup mereka di era digital Hasil penelitian menunjukkan bahwa Spotify bukan sekedar platform mendengarkan musik, tetapi juga ruang personal yang

memungkinkan pengguna mempresentasikan preferensi musik, mood, serta citra diri yang mereka ingin tampilkan kepada orang lain. Fitur seperti playlist pribadi, rekomendasi algoritmik, dan kemampuan untuk membagikan musik berperan penting dalam proses konstruksi identitas digital Gen Z di Jakarta, dalam penelitian ini juga menunjukan bahwa Spotify dianggap mendukung ekspresi diri melalui musik. Dengan demikian, penelitian ini menyoroti bahwa Spotify memiliki peran signifikan dalam membentuk representasi diri dan pola konsumsi budaya Gen Z di wilayah perkotaan.

4. May Nessa Yolanda, Husnatul Aini, Dian Mustika Sari “Penggunaan Aplikasi Spotify Sebagai Media Baru Layanan Streaming Musik pada Generasi Z” Hasil penelitian ini membahas bagaimana Generasi Z memanfaatkan aplikasi Spotify sebagai media baru dalam layanan streaming musik di era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali pengalaman dan pandangan Gen Z dalam menggunakan Spotify, khususnya dalam memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia, seperti pencarian musik, rekomendasi lagu, serta pembuatan playlist pribadi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Spotify tidak hanya digunakan sebagai sarana untuk mendengarkan musik, tetapi juga menjadi medium penting dalam memenuhi kebutuhan hiburan dan eksplorasi musik Generasi Z. Fitur playlist memungkinkan pengguna untuk menyusun dan mengelola musik sesuai dengan selera dan kebutuhan

personal, sehingga menciptakan pengalaman mendengarkan musik yang bersifat individual dan personal. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa Spotify berperan sebagai media konsumsi musik yang terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari Generasi Z serta menjadi bagian dari budaya digital yang membentuk cara mereka menikmati dan memaknai musik.

5. Hilmy Daffa Ahmad (2024) Skripsi Universitas Malikussaleh “Ekspresi Diri pada Kalangan Pengguna Spotify” Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan bentuk ekspresi diri pengguna Spotify di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh. Fokus penelitian meliputi bagaimana pengguna (baik pembuat konten maupun penikmat konten) mengekspresikan dirinya melalui penggunaan Spotify. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Spotify tidak hanya digunakan sebagai media untuk mendengarkan musik, tetapi juga sebagai ruang ekspresi pemikiran dan perasaan pengguna. Fitur seperti playlist pribadi dan Spotify Wrapped memberikan kesempatan bagi pengguna untuk menyampaikan gagasan, emosi, pengalaman hidup, serta memperkuat identitas diri mereka. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa Spotify menjadi medium ekspresi diri yang signifikan dalam kehidupan Gen Z, di mana musik dan playlist menjadi bagian penting dalam merepresentasikan kehidupan personal dan sosial mereka.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Persamaan	Perbedaan
1	Gabriel Putra Josi, Weni A. Arindawati, Nurkinan (Universitas Singaperbangs a)	Motif Penggunaan Aplikasi Musik Spotify Pada Generasi-Z di SMA XYZ Bekasi	Kualitatif	Sama-sama mengkaji penggunaan aplikasi Spotify oleh Generasi Z serta keterkaitanny a dengan suasana hati, rutinitas harian, dan kebutuhan emosional pengguna.	Penelitian ini berfokus pada motif penggunaan Spotify pada pelajar tingkat SMA dan belum mengkaji playlist sebagai media ekspresi diri serta representasi gaya hidup secara mendalam.

2	<p>Yesa Privi Azahra, Nurwahyuni Nasir, Lenny Utama Afriyenti (Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)</p>	<p>Ekspresi Emosi dan Regulasi Emosi Gen Z di Jakarta dalam Menggunakan Musik sebagai Media Penyaluran Emosi</p>	Kualitatif	<p>Sama-sama menyoroti peran musik dalam proses ekspresi dan regulasi emosi Generasi Z dalam kehidupan sehari-hari.</p>	<p>Penelitian ini tidak secara spesifik membahas penggunaan platform Spotify maupun peran playlist sebagai sarana ekspresi diri dan representasi gaya hidup.</p>
3	<p>Doddy Nouvelle Elistian, Dina</p>	<p>Peran Spotify dalam Pembentukan Identitas Diri</p>	Kualitatif	<p>Sama-sama membahas Spotify sebagai</p>	<p>Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus</p>

	Andrian, Widarti	dan Ekspresi Gaya Hidup Gen Z di Jakarta		medium ekspresi diri dan sarana pembentukan identitas Generasi Z.	kajian, yaitu konstruksi identitas diri di ruang digital, sedangkan penelitian ini menekankan pengalaman subjektif Generasi Z dalam memaknai playlist Spotify.
4	May Nessa Yolanda, Husnatul Aini,	Penggunaan Aplikasi Spotify sebagai Media Baru	Kualitatif	Sama-sama mengkaji penggunaan Spotify serta pemanfaatan	Penelitian ini lebih menekankan Spotify sebagai

	Dian Mustika Sari	Layanan Streaming Musik pada Generasi Z		fitur playlist dalam kehidupan Generasi Z.	media konsumsi dan layanan streaming musik, tanpa mengkaji playlist sebagai bentuk representasi suasana hati, identitas personal, dan gaya hidup.
5	Hilmy Daffa Ahmad (2024) (Skripsi Universitas Malikussaleh)	Ekspresi Diri Pada Kalangan Pengguna Spotify	Kualitatif	Sama-sama memandang Spotify dan playlist sebagai ruang ekspresi diri	Penelitian ini berfokus pada mahasiswa Ilmu Komunikasi dan belum

				bagi pengguna.	secara khusus mengkaji representasi gaya hidup Generasi Z dalam konteks wilayah Kota Bandung.
--	--	--	--	-------------------	---

Tabel 2. 1 Penelitian Terlebih Dahulu

2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan representasi hubungan antar konsep utama dalam penelitian yang disusun untuk membantu peneliti memahami fokus dan alur berpikir penelitian secara sistematis Guntur (2019).

Kerangka berasal dari konsep atau teori ilmiah yang dijadikan landasan penelitian. Kerangka konseptual ini dapat memberikan gambaran hipotesis yang lugas terhadap permasalahan yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti.

2.2.1 Komunikasi

2.2.1.1 Pengertian komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti “kesamaan”. Secara sederhana, komunikasi terjadi ketika terdapat kesamaan makna antara pihak yang menyampaikan pesan dan pihak yang menerima pesan. Oleh karena itu, keberhasilan komunikasi sangat bergantung pada kemampuan individu dalam memahami pesan yang disampaikan sehingga makna yang dimaksud dapat diterima secara tepat.

Dalam praktiknya, komunikasi umumnya dilakukan melalui bahasa lisan atau bentuk verbal yang dapat dipahami oleh kedua belah pihak. Namun, komunikasi tidak terbatas pada penyampaian pesan secara verbal semata. Komunikasi juga dapat berlangsung melalui bentuk nonverbal, seperti simbol, tanda, ekspresi, maupun media tertentu yang digunakan untuk menyampaikan makna. Dengan demikian, komunikasi mencakup berbagai cara penyampaian pesan yang memungkinkan terjadinya pertukaran makna antarindividu.

Proses komunikasi biasanya diawali dengan adanya pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan melalui suatu media. Berbagai ahli mengemukakan pandangan mengenai proses komunikasi, salah satunya dikemukakan oleh Harold D. Lasswell yang merumuskan komunikasi melalui pertanyaan “*Who says what, in which channel, to whom, with what effect?*”. Rumusan ini menunjukkan bahwa komunikasi melibatkan unsur komunikator, pesan, media, penerima, dan efek yang ditimbulkan. Melalui proses tersebut,

komunikasi dipahami sebagai kegiatan yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menghasilkan dampak tertentu bagi penerima pesan.

Selain itu, Lasswell juga mengemukakan fungsi komunikasi yang meliputi pengawasan terhadap lingkungan, penghubung antarbagian masyarakat dalam merespons lingkungan, serta transmisi nilai dan warisan sosial dari generasi ke generasi. Fungsi-fungsi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi memiliki peran yang lebih luas dalam kehidupan sosial dan budaya, bukan sekadar sebagai alat penyampaian informasi.

Berdasarkan pemaparan tersebut, komunikasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian dan pertukaran makna yang berlangsung melalui berbagai bentuk, baik verbal maupun nonverbal, termasuk melalui simbol, tanda, dan media. Melalui komunikasi, individu tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga dapat mengungkapkan gagasan, perasaan, serta menampilkan identitas diri dalam berbagai konteks kehidupan. Pemahaman ini menjadi dasar dalam melihat komunikasi sebagai landasan penting untuk mengkaji ekspresi diri dan representasi gaya hidup dalam ruang digital.

2.2.1.2 Proses Komunikasi

Proses komunikasi merupakan rangkaian kegiatan yang melibatkan beberapa unsur yang saling berkaitan agar pesan dapat disampaikan dan dipahami oleh penerima. Dalam kajian komunikasi, proses ini dipahami sebagai pengalaman yang dialami oleh individu ketika menyampaikan dan menerima pesan dalam kehidupan sehari-hari. Secara garis besar, unsur-unsur proses komunikasi terdiri dari:

1. Komunikator

Pihak yang bertindak sebagai pengirim pesan. Komunikator bisa berupa individu, kelompok, atau institusi yang memiliki tujuan untuk menyampaikan pesan kepada pihak lain.

2. Pesan

Isi atau makna yang ingin disampaikan oleh komunikator. Pesan ini dapat berupa gagasan, informasi, pendapat, atau perasaan yang dikodekan ke dalam bentuk tertentu sebelum dikirim.

3. Saluran (Media)

Sarana atau perantara yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator ke komunikan. Saluran dapat berupa media langsung seperti tatap muka atau melalui media teknologi seperti telepon, radio, televisi, dan platform digital.

4. Komunikan

Pihak yang menerima pesan. Komunikan berperan dalam menafsirkan dan memahami pesan berdasarkan konteks, latar belakang, serta pengalaman personalnya.

5. Efek (Impact)

Dampak atau hasil yang muncul setelah pesan diterima oleh komunikan. Efek dapat berupa perubahan sikap, pemahaman, perilaku, atau pengetahuan.

Selain unsur utama tersebut, proses komunikasi juga dipengaruhi oleh beberapa faktor penting lain, yaitu:

6. Umpan Balik (Feedback)

Tanggapan yang diberikan oleh komunikan setelah menerima pesan. Feedback berfungsi untuk menunjukkan apakah pesan telah dipahami dengan benar dan membantu komunikator menilai efektivitas komunikasinya.

7. Gangguan (Noise)

Hambatan yang dapat mengganggu proses penyampaian atau penerimaan pesan. Gangguan bisa bersifat fisik (suara bising, sinyal buruk) maupun psikologis (prasangka, perbedaan persepsi) yang menghalangi pesan sampai dengan baik.

8. Konteks

Situasi atau lingkungan di mana proses komunikasi berlangsung. Konteks dapat berupa konteks sosial, budaya, historis, atau emosional yang memengaruhi cara pesan disusun dan dimaknai.

9. Tujuan Komunikasi

Maksud atau hasil yang ingin dicapai melalui proses komunikasi, seperti memberikan informasi, membujuk, menghibur, atau membangun relasi sosial.

Berdasarkan uraian tersebut, proses komunikasi dapat dipahami sebagai pengalaman penyampaian dan penerimaan pesan yang melibatkan berbagai unsur yang saling berkaitan. Keberhasilan komunikasi sangat ditentukan oleh keterpaduan unsur-unsur tersebut serta kemampuan individu dalam memahami pesan yang disampaikan sesuai dengan pengalaman masing-masing.

2.2.1.3 Jenis – jenis komunikasi

Harold D. Lasswell dikenal dengan model komunikasi yang merumuskan proses komunikasi melalui pertanyaan “*Who says What in Which Channel to Whom with What Effect*” atau siapa menyampaikan pesan, apa isi pesan tersebut, melalui saluran apa pesan disampaikan, kepada siapa pesan ditujukan, serta dampak yang dihasilkan. Berdasarkan kerangka tersebut, komunikasi dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis utama yang dibedakan oleh saluran dan khalayak yang terlibat.

1. Komunikasi Intrapersonal (Komunikasi dengan Diri Sendiri)

Komunikasi intrapersonal merupakan proses komunikasi yang berlangsung di dalam diri individu. Proses ini melibatkan pengolahan informasi melalui pancaindra dan sistem saraf, yang kemudian direspons melalui aktivitas berpikir dan perasaan. Ketika seseorang menerima suatu pesan, individu tersebut terlebih dahulu melakukan dialog internal untuk menentukan sikap, seperti menerima atau menolak pesan tersebut. Dalam proses ini, individu mempertimbangkan berbagai kemungkinan, termasuk keuntungan dan kerugian dari pesan yang diterima.

Keberhasilan komunikasi intrapersonal sangat dipengaruhi oleh keselarasan antara pikiran dan perasaan yang disadari. Sebaliknya, komunikasi dapat mengalami hambatan apabila proses berpikir tidak terkontrol atau tidak selaras dengan kondisi emosional individu.

2. Komunikasi Interpersonal (Komunikasi Antarpribadi)

Komunikasi interpersonal adalah proses penyampaian pesan yang melibatkan pertukaran pikiran dan perasaan antara individu dengan individu lainnya. Bentuk komunikasi ini memungkinkan terjadinya pemahaman, pengertian, serta respons langsung dari pihak yang terlibat. Pesan yang disampaikan dalam komunikasi interpersonal biasanya disertai dengan umpan balik yang cepat dan jelas.

Komunikasi interpersonal dinilai efektif dalam memengaruhi sikap, pendapat, maupun perilaku seseorang karena sifatnya yang dialogis dan berlangsung secara langsung. Dampak dari komunikasi ini dapat segera dirasakan oleh komunikator maupun komunikan, sehingga proses pertukaran makna berlangsung lebih mendalam dan personal.

3. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok merupakan proses komunikasi antara seorang komunikator dengan sejumlah individu yang tergabung dalam suatu kelompok, baik secara tatap muka maupun dalam forum tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pesan dalam komunikasi kelompok umumnya bersifat terencana dan ditujukan kepada segmen khalayak tertentu. Berdasarkan jumlah dan karakteristik pesertanya, komunikasi kelompok dibedakan menjadi komunikasi kelompok kecil dan kelompok besar. Komunikasi kelompok kecil memungkinkan interaksi langsung dan dua arah antaranggota, seperti dalam diskusi

atau rapat, sedangkan komunikasi kelompok besar melibatkan jumlah peserta yang lebih banyak sehingga interaksi interpersonal menjadi terbatas dan pesan yang diterima cenderung bersifat umum, terutama pada kelompok dengan latar belakang yang beragam.

4. Komunikasi massa

Komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan kepada khalayak luas dengan menggunakan media massa, seperti surat kabar, radio, film, dan televisi. Bentuk komunikasi ini bersifat efisien karena mampu menjangkau audiens yang besar dan tersebar secara geografis. Ciri utama komunikasi massa antara lain bersifat satu arah, komunikator bersifat melembaga, pesan yang disampaikan bersifat umum, serta khalayak yang menerima pesan bersifat heterogen. Selain itu, komunikasi massa memungkinkan terjadinya keserempakan dalam penyampaian pesan kepada audiens yang luas.

Berdasarkan jenis-jenis komunikasi yang telah dijelaskan, dapat dipahami bahwa komunikasi intrapersonal, interpersonal, kelompok, dan massa merupakan bentuk komunikasi yang secara konseptual telah lama dikenal dalam kajian ilmu komunikasi. Namun, dalam perkembangannya, bentuk-bentuk komunikasi tersebut tidak lagi berlangsung secara konvensional, melainkan semakin dimediasi oleh perkembangan teknologi digital. Kehadiran media baru mengubah cara pesan diproduksi, disampaikan, dan dimaknai oleh khalayak, tanpa menghilangkan esensi dasar dari proses komunikasi itu sendiri. Oleh karena itu, media baru menjadi

konteks penting dalam memahami perkembangan proses komunikasi pada era digital.

2.2.2 Komunikasi Media Baru

2.2.2.1 Definisi Komunikasi media baru

Media baru merupakan bentuk media yang memanfaatkan teknologi digital dan jaringan internet dalam proses produksi, distribusi, dan penerimaan informasi secara interaktif dan fleksibel. Media ini mencakup berbagai platform digital seperti media sosial, situs web, aplikasi, layanan streaming, serta platform berbasis konten digital lainnya. Dalam media baru, pengguna tidak lagi hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga terlibat secara aktif dalam mengelola, memproduksi, dan membagikan informasi berdasarkan pengalaman serta kebutuhan personal mereka.

Dalam kajian komunikasi di Indonesia, media baru dipahami sebagai media yang menempatkan khalayak sebagai subjek aktif dalam proses komunikasi. Rianto (2016) menjelaskan bahwa media baru mendorong keterlibatan pengguna dalam membentuk dan menyebarkan pesan, sehingga proses komunikasi tidak lagi bersifat satu arah seperti pada media konvensional. Karakter ini membuat media baru menjadi ruang komunikasi yang lebih terbuka dan partisipatif.

Selain itu, media baru juga bersifat dinamis karena mampu mengintegrasikan berbagai bentuk pesan, seperti teks, audio, dan visual, dalam satu platform digital. Integrasi ini memungkinkan terjadinya interaksi yang lebih personal dan fleksibel

antar pengguna, sekaligus memperkuat peran media digital sebagai ruang komunikasi yang terus berkembang mengikuti praktik sosial penggunanya Fandhy et al., (2025).

Dalam konteks penelitian ini, Spotify sebagai layanan *music streaming* termasuk dalam kategori media baru karena menyediakan ruang digital tempat pengguna tidak hanya mengakses musik, tetapi juga menyusun *playlist*, memberi judul, serta membagikannya kepada orang lain. Melalui praktik tersebut, *playlist* Spotify tidak sekadar berfungsi sebagai kumpulan lagu, melainkan sebagai medium komunikasi yang digunakan Generasi Z untuk mengekspresikan diri dan merepresentasikan gaya hidup mereka di ruang digital.

2.2.2.2 Ciri – Ciri Komunikasi Media Baru

Komunikasi media baru memiliki beberapa ciri utama yang membedakannya dari media konvensional. Ciri-ciri ini menjelaskan bagaimana media baru, termasuk Spotify, digunakan sebagai ruang komunikasi dan ekspresi diri oleh Generasi Z.

1. Interaktivitas

Media baru memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pengguna dengan sistem maupun antar pengguna. Pengguna tidak hanya menerima pesan, tetapi juga dapat memberikan respons, memilih, dan memodifikasi konten yang dikonsumsi. Menurut McQuail (2011), interaktivitas merupakan karakter utama media baru karena audiens memiliki kontrol terhadap pesan yang diterima. Dalam konteks Spotify, interaktivitas terlihat ketika pengguna

dapat memilih lagu, menyusun playlist, serta membagikannya kepada orang lain sebagai bentuk respons terhadap pengalaman bermusik.

2. Partisipasi Pengguna

Media baru mendorong pengguna untuk terlibat aktif dalam proses produksi dan distribusi konten. Nasrullah (2015) menyatakan bahwa pengguna media baru tidak hanya berperan sebagai konsumen, tetapi juga sebagai produsen konten. Pada Spotify, Gen Z berpartisipasi dengan membuat playlist, memberi judul, dan menentukan susunan lagu sehingga playlist tersebut menjadi representasi dari perasaan dan identitas mereka.

3. Personalisasi

Komunikasi dalam media baru memungkinkan pengguna menyesuaikan isi media sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pribadi, sehingga pengalaman bermedia menjadi lebih personal. Media digital memberi ruang bagi pengguna untuk memilih, mengatur, dan membentuk konten yang mereka konsumsi berdasarkan minat dan pengalaman masing-masing. Dalam kajian komunikasi di Indonesia, Rianto (2016) menjelaskan bahwa media baru mendorong keterlibatan aktif khalayak dalam memilih dan membentuk pesan, yang menjadikan media digital bersifat fleksibel dan adaptif terhadap kebutuhan individu. Dalam konteks penelitian ini, Spotify menghadirkan personalisasi melalui fitur rekomendasi musik dan penyusunan *playlist* pribadi, yang memungkinkan setiap pengguna memiliki pengalaman bermusik yang berbeda. Personalisasi tersebut tidak hanya

memengaruhi cara pengguna mengonsumsi musik, tetapi juga merefleksikan selera, suasana hati, serta gaya hidup pengguna sebagai bagian dari praktik komunikasi di ruang digital.

4. Integrasi Multimedia

Media baru menggabungkan berbagai bentuk pesan seperti teks, audio, dan visual dalam satu platform. Menurut Flew (dalam Nasrullah, 2015), karakter ini memungkinkan media baru menyampaikan pesan secara lebih kaya dan simbolik. Dalam Spotify, musik berfungsi sebagai audio, judul playlist sebagai teks, dan cover playlist sebagai visual yang bersama-sama membentuk makna tentang identitas pengguna.

5. Jaringan dan Konektivitas

Media baru memungkinkan konten dengan mudah dibagikan dan diakses oleh banyak orang melalui jaringan digital. Nasrullah (2015) menjelaskan bahwa media baru bersifat terhubung dan memungkinkan penyebaran pesan secara luas. Playlist Spotify dapat dibagikan melalui media sosial atau tautan, sehingga menjadi sarana komunikasi sosial antara pengguna dan lingkungannya.

2.2.2.3 Peran Komunikasi Media Baru

Media baru memiliki peran penting dalam membentuk pola komunikasi masyarakat digital. Berbeda dengan media massa tradisional yang bersifat satu arah, media baru bersifat interaktif dan memungkinkan pengguna terlibat langsung

dalam produksi, distribusi, dan pemakaian pesan. Melalui platform digital, individu tidak hanya menerima informasi, tetapi juga membentuk, mengolah, dan menyebarkan pesan sesuai dengan pengalaman dan identitas mereka.

Pola komunikasi yang partisipatif tersebut terlihat dalam praktik penggunaan platform digital, di mana pengguna memiliki kebebasan untuk menciptakan dan membagikan konten secara mandiri. Media digital memungkinkan terjadinya keterlibatan aktif pengguna dalam proses komunikasi, sehingga batas antara pihak yang memproduksi dan mengonsumsi pesan menjadi semakin cair Fandhy et al., (2025). Hal ini relevan dengan praktik di Spotify, ketika pengguna tidak hanya mendengarkan musik, tetapi juga menyusun playlist, memberi judul, dan membagikannya sebagai bentuk komunikasi sekaligus ekspresi diri di ruang digital.

Dalam konteks penelitian ini, peran komunikasi media baru dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Media Networking dan Pembentukan Komunitas

Media baru menjadi ruang terbentuknya komunitas digital berdasarkan minat yang sama. Di Spotify, pengguna yang menyukai genre atau suasana tertentu dapat saling terhubung melalui playlist publik dan fitur berbagi. Playlist menjadi alat untuk membangun hubungan sosial dan menunjukkan afiliasi selera musik di antara Gen Z.

2. Sarana Ekspresi dan Representasi Diri

Media baru memungkinkan individu menampilkan siapa diri mereka melalui konten yang dibuat. Dalam Spotify, playlist berfungsi sebagai medium untuk mengekspresikan perasaan, kepribadian, dan gaya hidup. Gen Z menggunakan judul playlist, pilihan lagu, dan urutan musik untuk merepresentasikan suasana hati dan identitas mereka.

3. Sarana Hiburan Digital

Media baru menyediakan hiburan yang bersifat personal dan interaktif. Spotify sebagai media baru menyediakan akses terhadap musik digital yang dapat dinikmati kapan saja sesuai dengan preferensi pengguna. Bagi Gen Z, mendengarkan dan menyusun playlist menjadi bagian dari aktivitas hiburan sehari-hari yang berkaitan dengan emosi dan rutinitas hidup.

4. Media Pembentuk Pengalaman Emosional

Media baru tidak hanya menyajikan konten, tetapi juga membentuk pengalaman emosional penggunanya. Playlist Spotify sering digunakan sebagai pendamping aktivitas seperti belajar, bekerja, atau saat menghadapi situasi emosional tertentu. Dengan demikian, media baru berperan dalam membangun hubungan personal antara pengguna dan konten.

5. Sarana Distribusi Makna Sosial

Melalui fitur berbagi, playlist dapat disebarluaskan kepada orang lain dan menjadi pesan simbolik. Ketika Gen Z membagikan playlist, mereka sebenarnya

sedang menyampaikan perasaan, suasana, atau citra diri kepada audiens. Hal ini menjadikan Spotify sebagai ruang komunikasi sosial, bukan sekadar platform hiburan.

2.2.3 Spotify

2.2.3.1 Sejarah Spotify

Spotify pertama kali dikembangkan pada tahun 2006 di Stockholm, Swedia. Perusahaan ini didirikan oleh Daniel Ek, dan Martin Lorentzon, co-pendiri *TradeDoubler*. Nama Spotify berasal dari Martin Lorentzon dan Daniel Ek ketika menentukan nama dengan cara meneriakkan kata-kata potensial secara acak, kemudian Daniel Ek salah dengar Spotify. Kemudian, mereka mengklaim bahwa etimologi nama “Spotify” berasal dari gabungan kata “spot” dan “identify”. Setelah melakukan pengembangan dua tahun akhirnya pada 7 Oktober 2008 Spotify resmi di rilis ke publik dari mulai negara-negara di Eropa dengan menawarkan model bisnis freemium gabungan dari layanan gratis dengan iklan dan opsi premium berbayar jika ingin menghilangkan iklan, ini membuat Spotify menjadi cepat mendapatkan pengguna. Seiring berjalannya waktu Spotify sangat berkembang dari sekadar aplikasi streaming menjadi budaya digital global. Dengan fitur rekomendasi otomatis, playlist editorial, *Discover Weekly*, *Daily Mix*, Spotify Wrapped membuat Spotify membentuk cara baru masyarakat mendengarkan musik di era internet. Platform ini perlahan memperluas isi kontennya ke berbagai jenis konten audio, termasuk podcast dan audiobook, Spotify tidak hanya mengubah cara orang mendengarkan musik, tetapi juga cara musik menjadi bagian dari kehidupan

sehari-hari, komunitas, dan budaya digital generasi modern. sehingga semakin menguatkan posisinya sebagai pusat konsumsi audio global.



Gambar 2.1 Logo Spotify (Sumber : Spotify Newsroom)

Spotify resmi diluncurkan di Indonesia pada tanggal 30 Maret 2016. Sejak awal kemunculannya di Indonesia, platform ini langsung mendapat respons yang positif. Menurut laporan Antara, hanya beberapa bulan setelah diluncurkan, pengguna Spotify di Indonesia sudah menghabiskan lebih dari 1,165 miliar menit untuk mendengarkan musik, dengan rata-rata durasi penggunaan mencapai 90 menit per hari. Data ini menunjukkan betapa cepatnya Spotify menjadi bagian dari kebiasaan digital masyarakat Indonesia, terutama di kalangan generasi muda yang akrab dengan smartphone dan internet.

Masuknya Spotify ke Indonesia turut mempercepat perubahan lanskap industri musik nasional. Sebelum platform streaming populer, masyarakat lebih banyak mengakses musik melalui unduhan digital atau pembelian fisik. Namun dengan hadirnya Spotify, pola konsumsi musik berubah menjadi berbasis streaming yang lebih fleksibel, personal, dan mudah diakses. Kemudahan metode pembayaran di Indonesia, mulai dari kartu debit, internet banking hingga minimarket seperti Alfamart, turut mendukung layanan ini.

Tak hanya mempermudah akses bagi pendengar, Spotify juga memberi dampak signifikan bagi musisi lokal. Laporan dari Billboard Indonesia (2024) menyebut bahwa karya musisi Indonesia ditemukan oleh pendengar baru lebih dari 5,1 miliar kali di Spotify dalam satu tahun. Ini menunjukkan bagaimana Spotify membuka peluang bagi musisi untuk menjangkau audiens lintas daerah bahkan lintas negara, menjadikan platform ini bukan sekadar aplikasi pemutar lagu, tetapi juga ruang distribusi musik yang memperluas ekosistem industri. Di sisi lain, perkembangan ini juga beriringan dengan perubahan cara pendengar berinteraksi dengan musik di kehidupan sehari-hari.

Spotify telah menjadi ruang pengalaman personal bagi banyak pengguna, terutama Generasi Z. Melalui playlist, lagu yang sering diputar, dan pilihan genre, pengguna menghadirkan dan menghayati dirinya melalui musik yang menemani keseharian mereka. Musik tidak hanya hadir sebagai hiburan, tetapi sebagai bagian dari pengalaman hidup yang menyertai berbagai suasana, seperti lelah, senang, reflektif, atau penuh energi dalam rutinitas yang dijalani. Selain itu, Spotify juga menjadi ruang pertemuan pengalaman bermusik, di mana playlist dapat dibagikan dan diakses bersama orang lain. Melalui praktik berbagi ini, pengguna mengalami keterhubungan dengan orang lain yang memiliki selera atau pengalaman musik yang serupa. Elistian, Andriana, dan Widarti (2024) menunjukkan bahwa Generasi Z merasakan Spotify sebagai ruang yang mempertemukan mereka dengan komunitas melalui musik, sehingga pengalaman mendengarkan tidak hanya bersifat individual, tetapi juga menjadi bagian dari dunia sosial yang mereka jalani.

Kehadiran spotify membuat pengguna menjadi lebih mudah untuk mendengarkan musik kapan saja dan dimana saja seperti pada saat belajar, di perjalanan, bekerja, maupun bersantai. Gen z yang lebih menyukai fleksibilitas memilih menggunakan spotify karena memungkinkan mereka memilih lagu sesuai mood, membuat plalist pribadi, serta mendapatkan rekomendasi otomatis yang cocok dengan karakter diri mereka. Kemampuan Spotify menyesuaikan musik dengan aktivitas sehari-hari membuat aplikasi ini bukan hanya alat pemutar lagu, tetapi bagian dari kebiasaan digital yang dekat dengan kehidupan anak muda.

2.2.3.2 Playlist Spotify

Playlist adalah daftar musik yang disusun oleh pengguna dalam satu folder berdasarkan selera, kebutuhan maupun suasana hati. Pada zaman 90-an istilah playlist lebih dikenal dengan mixtape, kumpulan lagu yang sengaja direkam lagu dimasukkan ke dalam kaset tape. Di era sekarang membuat mixtape tentunya tak mudah. Hal tersebut disebabkan karena semakin langkanya alat pemutaran kaset serta penggunaan rilisan fisik yang mulai ditinggalkan oleh sebagian besar pendengar musik. Adanya platform streaming musik seperti spotify mempermudah masyarakat dalam mendengarkan musik. Pada platform streaming spotify membuat playlist menjadi suatu kebiasaan baru masyarakat, terutama generasi muda.

Playlist berfungsi sebagai alat kurasi pribadi di mana pengguna dapat memilih, mengatur, dan berbagi lagu berdasarkan preferensi subjektif, bahkan kita dapat saling bertukar playlist dengan pengguna lain. Ini berbeda dari album resmi

artis, yang dikurasi oleh produser atau label rekaman. Kurasi personal ini memungkinkan eksplorasi musik yang lebih fleksibel, sering kali didukung oleh platform seperti Spotify, Apple Music, atau YouTube Music, yang menawarkan fitur seperti shuffle, repeat, dan kolaborasi.

Playlist sebagai bentuk kurasi personal menjadi penting karena memberi ruang bagi pengguna untuk menyusun dan mengalami musik sesuai dengan perjalanan mendengarkan mereka sendiri. Setiap lagu, urutan, dan tema dalam playlist lahir dari pengalaman bermusik yang mereka jalani, sehingga playlist merekam bagaimana individu merasakan, menjalani, dan memberi makna pada musik dalam kehidupannya.

Dalam perspektif fenomenologi, playlist bukan sekadar daftar lagu, tetapi wujud dari pengalaman bermusik yang dihayati. Melalui playlist, individu menghadirkan potongan-potongan suasana, momen, dan pengalaman hidupnya dalam bentuk musik, sehingga playlist menjadi bagian dari cara mereka menjalani dan memaknai diri di ruang digital.

2.2.3.2.1 Jenis-jenis Playlist

Playlist pada Spotify terbagi ke dalam beberapa jenis berdasarkan cara pembuatannya dan tujuan penggunaannya. Setiap jenis memiliki fungsi yang berbeda dan memberikan pengalaman mendengarkan yang unik bagi pendengar.

1. Playlist yang Dipersonalisasi (Personalized Playlists)

Playlist yang dipersonalisasi adalah playlist yang dibuat secara otomatis oleh sistem Spotify berdasarkan kebiasaan dan preferensi setiap pengguna. Algoritma Spotify mempelajari pola mendengarkan, seperti lagu apa yang sering diputarkan, genre yang disukai, artis yang paling banyak didengar, bahkan waktu pengguna biasanya mendengarkan musik. Dari data ini, sistem menyusun daftar lagu yang dianggap paling relevan untuk setiap individu. Karena dipersonalisasi, isi playlist ini berbeda-beda untuk setiap pengguna sehingga terasa sangat personal dan “sesuai selera”.

Playlist ini tidak hanya bergantung pada pilihan editor, tetapi dikembangkan terutama melalui analisis data dan sistem rekomendasi Spotify. Algoritma mempelajari kebiasaan mendengarkan pengguna, lalu menyusun kombinasi lagu yang dianggap paling relevan dan sesuai dengan selera masing-masing. Contoh playlist yang termasuk dalam kategori ini antara lain *Discover Weekly*, *Release Radar*, *Indie Mix*, dan *Sering Diputar*. Dengan cara kerja tersebut, playlist yang dipersonalisasi membantu pengguna menemukan musik baru secara lebih mudah dan memperluas pengalaman mendengarkan tanpa perlu melakukan pencarian secara aktif.

2. Playlist Editorial (Editorial Playlists)

Playlist editorial adalah playlist yang disusun oleh tim editor musik Spotify. Kurator ini merupakan profesional di bidang musik yang bertugas

menyeleksi lagu berdasarkan tren, genre, mood, atau perkembangan musik di berbagai wilayah, termasuk Indonesia. Proses kurasinya bersifat manual, artinya setiap lagu dipilih secara langsung oleh editor dengan mempertimbangkan kualitas, relevansi, hingga perkembangan industri musik lokal maupun internasional.

Playlist editorial memiliki peran penting karena sering menjadi sumber utama bagi banyak pendengar ketika mencari musik baru. Playlist semacam Pop Rising Indonesia, Top 50 Indonesia, IndieNesia, atau *Chill Hits* biasanya memiliki jumlah pengikut yang sangat besar. Hal ini membuat playlist editorial dapat memengaruhi eksposur musisi dan berpotensi meningkatkan popularitas sebuah lagu. Bagi banyak musisi, masuk ke playlist editorial dianggap sebagai salah satu bentuk pencapaian karena dapat memperluas jangkauan pendengar secara signifikan.

3. Playlist Pendengar (Listener Playlists / User-made Playlists)

Playlist pendengar adalah playlist yang dibuat langsung oleh pengguna Spotify. Playlist ini dapat bersifat pribadi maupun publik, tergantung apakah pengguna memilih untuk menyimpannya hanya untuk dirinya sendiri atau membagikannya untuk diikuti oleh orang lain. Tidak ada aturan khusus dalam penyusunannya; pengguna bebas mengatur judul, isi lagu, urutan, tema, maupun tujuan playlist tersebut. Banyak pendengar membuat playlist untuk kebutuhan tertentu, seperti belajar, bekerja, olahraga, perjalanan jauh, atau sekadar mencerminkan suasana hati tertentu.

Playlist pendengar sering memiliki karakter yang lebih spontan dan personal dibanding playlist editorial atau algoritmik. Beberapa pengguna bahkan mengkurasi playlist seperti jurnal emosional, misalnya “lagu saat hujan”, “get ready with me”, atau “galau tapi elegan”. Playlist pendengar yang menarik dapat menjadi viral dan diikuti oleh ribuan orang, sehingga playlist buatan pengguna juga berpotensi memiliki dampak sosial dan budaya dalam komunitas digital Spotify.

2.2.3.2.2 Fungsi Playlist bagi Pengguna

1. Mengatur Suasana Hati

Playlist memiliki fungsi penting sebagai alat untuk membantu pengguna mengelola suasana hati. Banyak orang memilih membuat atau memutar playlist tertentu ketika sedang merasa sedih, gelisah, bersemangat, atau membutuhkan ketenangan. Musik dengan tempo lambat atau bernuansa melankolis sering dipilih ketika seseorang ingin menenangkan diri, sedangkan musik bertempo cepat dan energik diputar untuk meningkatkan semangat. Melalui sistem kurasi ini, playlist berperan sebagai sarana untuk memodulasi emosi dan menciptakan lingkungan afektif yang sesuai dengan keadaan psikologis pendengarnya.

2. Mendukung Aktivitas Sehari-Hari

Playlist juga banyak digunakan untuk mendampingi aktivitas sehari-hari. Pendengar sering membuat playlist khusus untuk belajar, bekerja,

berolahraga, memasak, atau berkendara. Musik yang dipilih biasanya disesuaikan dengan kebutuhan aktivitas tersebut—misalnya musik instrumental untuk meningkatkan fokus saat belajar, atau musik berirama cepat untuk menjaga ritme saat berolahraga. Dengan demikian, playlist tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai pengatur suasana lingkungan yang membantu produktivitas dan kenyamanan aktivitas harian.

3. Mengekspresikan Diri

Playlist dapat menjadi medium ekspresi diri bagi penggunanya. Pemilihan lagu, penamaan playlist, hingga urutan track dapat mencerminkan kepribadian, pengalaman emosional, dan preferensi musik seseorang. Banyak pendengar membuat playlist yang menggambarkan cerita tertentu, perasaan tertentu, atau fase hidup tertentu. Dalam konteks ini, playlist menjadi ruang personal untuk menampilkan identitas, sehingga berfungsi sebagai bentuk komunikasi nonverbal yang mengekspresikan apa yang dirasakan atau ingin disampaikan oleh pengguna.

4. Membangun Identitas dan Citra Diri di Media Digital

Di platform streaming, playlist publik sering menjadi bagian dari identitas digital seseorang. Melalui playlist yang bisa dilihat orang lain, pengguna dapat menunjukkan selera musik, gaya tertentu, atau mood yang mereka sukai. Misalnya, seseorang bisa terlihat sebagai penyuka musik indie, penikmat lagu-lagu tahun 2000-an, atau orang yang sering mendengarkan musik “healing”. Playlist yang dibagikan secara terbuka

kemudian menjadi cara bagi pengguna untuk memperlihatkan siapa diri mereka di ruang digital. Sebagai bentuk kurasi pribadi, playlist tidak hanya berisi kumpulan lagu, tetapi juga mencerminkan bagaimana seseorang ingin dikenal oleh orang lain.

Spotify berperan sebagai platform digital yang menyediakan ruang bagi penggunanya untuk mengekspresikan diri melalui musik. Melalui fitur seperti playlist, pengguna dapat memilih, menyimpan, dan menyusun lagu berdasarkan perasaan, pengalaman, serta preferensi yang mereka hayati. Proses menyusun playlist bukan sekadar aktivitas teknis, melainkan bentuk pengalaman sadar, di mana individu menerjemahkan suasana hati, kenangan, dan makna diri ke dalam pilihan musik. Dari proses ini, playlist berkembang menjadi representasi diri yang mencerminkan bagaimana pengguna memaknai siapa dirinya pada momen tertentu.

Bagi Generasi Z di Kota Bandung yang hidup dalam lingkungan digital dan budaya urban, playlist juga menjadi bagian dari cara mereka menjalani dan menampilkan gaya hidup. Musik hadir dalam berbagai situasi saat belajar, mencari ketenangan, beraktivitas di ruang publik, hingga dalam perjalanan sehari-hari sehingga playlist menjadi bagian dari ritme pengalaman hidup mereka. Dalam perspektif fenomenologi, playlist tidak hanya merekam apa yang mereka dengarkan, tetapi bagaimana mereka mengalami keseharian dan memaknai dirinya di dalamnya. Dengan demikian, playlist Spotify berfungsi sebagai ruang pengalaman di mana emosi, identitas, dan pola hidup Gen Z di lingkungan perkotaan dihadirkan dan ditampilkan melalui musik.

Identitas yang ditampilkan melalui playlist tersebut berangkat dari proses ekspresi diri yang bersifat personal. Sebelum playlist berfungsi sebagai representasi identitas di ruang digital, playlist terlebih dahulu menjadi medium bagi individu untuk mengekspresikan perasaan, suasana hati, dan pengalaman hidup yang mereka alami. Oleh karena itu, ekspresi diri menjadi fondasi utama dalam memahami bagaimana Generasi Z menyusun dan memaknai playlist Spotify. Atas dasar tersebut, pembahasan selanjutnya akan difokuskan pada playlist Spotify sebagai ruang ekspresi diri Generasi Z.

2.2.4 Ekspresi Diri

2.2.4.1 Definisi Ekspresi Diri

Ekspresi diri merupakan kemampuan individu untuk mengomunikasikan siapa dirinya melalui perasaan, pikiran, nilai, serta identitas personal. Proses ini tidak muncul secara instan, melainkan berkembang dari pengalaman emosional dan kesadaran individu terhadap dirinya sendiri. Ekspresi diri dapat diwujudkan melalui berbagai cara, baik secara verbal maupun nonverbal, seperti tindakan, karya kreatif, pilihan simbolik, hingga penggunaan media komunikasi tertentu. Dengan demikian, ekspresi diri menjadi sarana bagi individu untuk menampilkan pemaknaan diri yang bersifat subjektif.

Dalam kajian psikologi dan komunikasi kontemporer, ekspresi diri dipahami sebagai bagian dari proses pembentukan dan penegasan identitas diri melalui pengalaman personal dan interaksi sosial. Ekspresi diri tidak hanya dipandang sebagai tindakan luar yang tampak, tetapi juga sebagai hasil dari bagaimana

individu mengalami, menilai, dan memaknai dirinya dalam konteks sosial dan budaya (Putri & Lestari, 2019). Oleh karena itu, ekspresi diri dapat dipahami sebagai proses internal sekaligus eksternal, yang memungkinkan individu menyampaikan identitas dan pengalaman personalnya kepada orang lain melalui medium yang dipilih.

2.2.4.2 Bentuk-bentuk Ekspresi Diri

Cara seseorang mengekspresikan diri selalu berangkat dari apa yang ia rasakan, pikirkan, dan alami dalam kehidupan sehari-hari. Pengalaman-pengalaman pribadi seperti suasana hati, kenangan, relasi dengan orang lain, hingga cara memandang diri sendiri, membentuk bagaimana individu menampilkan dirinya ke ruang publik. Dalam konteks media digital, pengalaman batin ini tidak lagi hanya disimpan di dalam diri, tetapi diterjemahkan ke dalam berbagai bentuk simbol, termasuk melalui musik dan playlist di Spotify. Bagi Generasi Z, playlist menjadi ruang untuk menyalurkan perasaan, menyusun suasana, dan menunjukkan siapa diri mereka tanpa harus mengatakannya secara langsung.

Dari sini, ekspresi diri dalam playlist dapat dilihat melalui dua bentuk utama, yaitu ekspresi verbal dan ekspresi non-verbal.

1. Ekspresi Verbal

Ekspresi verbal adalah pengungkapan pikiran, perasaan, nilai, atau identitas diri melalui kata-kata baik lisan maupun tulisan. Ini adalah cara paling langsung dalam menyampaikan maksud personal seseorang karena

menggunakan bahasa sebagai simbol yang dipahami bersama. Dalam konteks playlist, ekspresi verbal muncul lewat judul playlist atau deskripsi playlist. Gen Z sering memberi nama playlist dengan kata-kata (“sad nights”, “my vibe”, dll.) sebagai representasi pikiran dan perasaan mereka.

2. Ekspresi Non-Verbal

Ekspresi Non-Verbal mencakup segala bentuk komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata. Ini bisa berupa gestur tubuh, ekspresi wajah, bahasa tubuh, nada suara, postur, atau gerakan mata. Komunikasi non-verbal sering kali menyampaikan emosi secara spontan dan bisa lebih jujur daripada kata-kata karena tidak selalu dikontrol secara sadar. Pada konteks playlist, pilihan lagu-lagu tertentu seperti urutannya, mood, tema dan cover playlist bisa menjadi ekspresi non-verbal dari identitas dan gaya hidup pendengarnya.

2.2.4.3 Playlist sebagai Ekspresi Diri

Playlist di Spotify berfungsi sebagai medium ekspresi diri karena setiap unsur di dalamnya mulai dari pemilihan lagu, penamaan playlist, hingga visual cover—menjadi simbol dari pengalaman dan suasana hati yang sedang dihayati penggunaannya. Musik yang dipilih biasanya berkaitan dengan perasaan dan momen tertentu, sehingga playlist menjadi cara individu menerjemahkan apa yang ia rasakan ke dalam bentuk musik. Dalam konteks Generasi Z, penyusunan playlist

menjadi sarana untuk menghadirkan siapa diri mereka melalui lagu-lagu yang dianggap paling merepresentasikan pengalaman dan emosi pribadi.

Selain itu, penamaan playlist, penggunaan emoji, dan pemilihan cover juga menjadi simbol bagaimana identitas diri ingin ditampilkan di ruang digital. Judul-judul seperti “*late night thoughts*”, “*healing mix*”, atau “*my 20s era*” menunjukkan bagaimana pengguna memaknai fase hidup, suasana, dan citra diri yang sedang mereka jalani. Ketika playlist ditampilkan di profil atau dibagikan kepada orang lain, playlist tersebut berfungsi sebagai bentuk *self-representation*, yaitu simbol pengalaman diri yang ditampilkan ke ruang sosial. Dengan demikian, playlist bukan hanya kumpulan lagu, tetapi menjadi simbol digital dari identitas, gaya hidup, dan pengalaman emosional Generasi Z.

2.2.5 Representasi Gaya Hidup

2.2.5.1 Definisi Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan suatu pola hidup seseorang tentang bagaimana mereka mengekspresikan dalam aktivitas, minat, opininya dan bagaimana mereka menghabiskan waktu nya untuk apa yang mereka anggap penting dalam kehidupan sehari harinya. Gaya hidup tidak hanya dimaknai sebagai pola konsumsi material, melainkan sebagai bentuk pilihan hidup yang memadukan selera, nilai, dan teknologi dalam keseharian. Gaya hidup kini melibatkan proses identifikasi sosial, bagaimana seseorang melihat dirinya dan ingin dilihat oleh orang lain. Gaya hidup merupakan pola perilaku, kebiasaan, dan pilihan individu yang mencerminkan

nilai- nilai, preferensi, serta cara seseorang memandang dirinya sendiri dan dunianya.

2.2.5.2 Gaya Hidup Generasi Z

Generasi Z (lahir sekitar 1997 hingga awal 2012) dikenal sebagai *digital native*, yaitu generasi yang tumbuh dan berkembang bersama internet, smartphone, serta teknologi digital (Ramadhani & Khoirunisa, 2024). Kehidupan Generasi Z sangat terhubung dengan ruang digital, di mana perangkat mobile digunakan tidak hanya untuk berkomunikasi dan mengakses informasi, tetapi juga untuk membangun relasi sosial dan membentuk identitas dalam keseharian mereka.

Sebagai generasi yang ekspresif, Generasi Z memanfaatkan media digital sebagai bagian dari cara mereka menjalani dan menampilkan gaya hidup. Berbagai layanan berlangganan digital seperti Spotify, Netflix, dan platform streaming lainnya menjadi bagian dari rutinitas harian karena menawarkan fleksibilitas serta kebebasan dalam memilih konten sesuai dengan suasana dan aktivitas yang sedang dialami. Media digital tidak lagi sekadar sarana hiburan, melainkan telah menyatu dengan pengalaman hidup sehari-hari Generasi Z.

Dalam konteks konsumsi media, Generasi Z tidak hanya berperan sebagai penikmat konten, tetapi juga terlibat aktif dalam proses kurasi. Aktivitas seperti menemukan musik, menyusun playlist, dan membagikannya kepada orang lain menjadikan musik sebagai bagian dari pengalaman personal sekaligus sosial di ruang digital. Musik hadir dalam berbagai momen kehidupan, mulai dari waktu

bersantai, belajar, hingga perjalanan sehari-hari, sehingga membentuk ritme kehidupan Generasi Z di lingkungan urban.

Playlist yang disusun oleh Generasi Z tidak hanya berisi kumpulan lagu, melainkan mencerminkan aktivitas dan cara mereka menjalani keseharian. Playlist sering dibuat berdasarkan situasi tertentu, seperti saat belajar, bekerja, berolahraga, berkendara, atau ketika berada dalam suasana emosional tertentu seperti senang, lelah, maupun reflektif. Pilihan lagu, tempo, dan genre menjadi bagian dari cara Generasi Z menyesuaikan musik dengan ritme aktivitas dan pengalaman yang sedang mereka jalani.

Selain itu, media sosial seperti TikTok dan Instagram turut memengaruhi pengalaman bermusik Generasi Z, terutama dalam menemukan lagu dan tren musik yang sedang populer (Apriliyanti, 2023). Pengalaman bermusik ini tidak hanya bersumber dari preferensi personal, tetapi juga terbentuk melalui pengalaman kolektif dalam budaya digital perkotaan. Dengan demikian, playlist yang disusun mencerminkan pertemuan antara pengalaman individu dan pengaruh sosial di ruang digital.

Melalui playlist, Generasi Z menghadirkan potongan-potongan pengalaman hidup mereka dalam bentuk musik. Playlist merekam bagaimana mereka menjalani waktu, aktivitas, serta suasana tertentu dalam kehidupan sehari-hari. Musik tidak lagi dimaknai sekadar sebagai hiburan, melainkan sebagai bagian dari pengalaman hidup yang berkontribusi dalam pembentukan gaya hidup Generasi Z di lingkungan perkotaan yang serba digital. Oleh karena itu, untuk memahami fenomena ini secara

lebih mendalam, diperlukan pendekatan teoretis yang mampu menelaah pengalaman subjektif dan proses pemaknaan sebagaimana dialami oleh Generasi Z. Pendekatan fenomenologi dipandang relevan karena menempatkan pengalaman dan kesadaran individu sebagai dasar dalam memahami makna suatu fenomena dalam kehidupan sehari-hari.

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Teori Fenomenologi

Fenomenologi merupakan pendekatan teoretis yang berfokus pada pemahaman pengalaman subjektif individu terhadap suatu fenomena sebagaimana dialami secara langsung. Pendekatan ini berangkat dari pandangan bahwa realitas sosial tidak bersifat objektif dan tunggal, melainkan dibentuk melalui kesadaran dan pemaknaan individu terhadap pengalaman hidupnya. Fenomenologi menempatkan pengalaman manusia sebagai pusat kajian, dengan tujuan memahami bagaimana suatu fenomena hadir, dirasakan, dan dimaknai oleh subjek penelitian.

Edmund Husserl sebagai tokoh utama fenomenologi menegaskan bahwa fenomenologi bertujuan untuk “kembali kepada fenomena itu sendiri” (*zu den Sachen selbst*), yaitu memahami pengalaman sebagaimana dialami oleh individu secara langsung tanpa prasangka, asumsi, atau penilaian awal dari peneliti. Dalam pandangan Husserl, pengetahuan tentang suatu fenomena tidak diperoleh melalui penjelasan sebab-akibat, melainkan melalui deskripsi mendalam terhadap pengalaman sadar individu sebagaimana dialami dan dimaknai dalam kesadaran mereka (Nugraheni et al., 2023). Oleh karena itu, fenomenologi tidak berupaya

menjelaskan mengapa sesuatu terjadi, melainkan bagaimana suatu pengalaman dialami dan dimaknai oleh manusia.

Salah satu konsep utama dalam fenomenologi Husserl adalah kesadaran (*consciousness*). Husserl memandang bahwa kesadaran manusia selalu bersifat aktif dan terarah, artinya kesadaran tidak pernah berdiri sendiri, tetapi selalu mengarah pada sesuatu yang disadari. Konsep ini dikenal sebagai intensionalitas, yaitu bahwa setiap pengalaman sadar selalu memiliki objek, makna, atau tujuan tertentu. Dengan demikian, tindakan individu dalam memilih, menyusun, dan mendengarkan playlist Spotify dapat dipahami sebagai bagian dari proses kesadaran yang memiliki maksud dan makna subjektif bagi setiap individu.

Selain itu, fenomenologi Husserl menekankan pentingnya pengalaman subjektif sebagai dasar utama dalam memahami realitas. Pengalaman subjektif dipahami sebagai pengalaman yang dialami secara langsung oleh individu dan dimaknai berdasarkan kesadaran serta latar belakang personal masing-masing. Karena setiap individu memiliki pengalaman hidup dan sudut pandang yang berbeda, maka makna terhadap suatu fenomena dapat bervariasi antara satu individu dengan individu lainnya (Nugraheni, 2023).

Dalam konteks penelitian ini, pengalaman subjektif Generasi Z dalam menggunakan Spotify menjadi kunci untuk memahami makna playlist sebagai ruang ekspresi diri dan representasi gaya hidup. Husserl juga memperkenalkan konsep reduksi fenomenologis (*epoché*), yaitu upaya menanggukkan penilaian, asumsi, dan pengetahuan awal peneliti terhadap fenomena yang diteliti. Melalui

reduksi fenomenologis, peneliti berusaha melihat fenomena sebagaimana dialami oleh subjek penelitian, bukan berdasarkan pandangan pribadi peneliti (Jurnal Pendidikan Tambusai, 2022). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali makna pengalaman secara lebih mendalam dan autentik.

Dalam penelitian ini, fenomenologi Edmund Husserl digunakan untuk memahami bagaimana Generasi Z memaknai playlist Spotify sebagai ruang ekspresi diri dan representasi gaya hidup. Playlist tidak dipahami semata-mata sebagai kumpulan lagu, melainkan sebagai pengalaman sadar yang berkaitan dengan perasaan, suasana hati, identitas diri, serta praktik kehidupan sehari-hari. Melalui pendekatan fenomenologi, penelitian ini berupaya menggali esensi pengalaman Generasi Z dalam menyusun dan menggunakan playlist Spotify berdasarkan kesadaran dan pemaknaan subjektif mereka sendiri.

Pendekatan fenomenologi dianggap paling sesuai dengan fokus penelitian ini karena tujuan penelitian tidak terletak pada pengukuran perilaku atau variabel psikologis tertentu, melainkan pada pemahaman makna pengalaman individu dalam konteks budaya digital. Dengan demikian, fenomenologi Edmund Husserl memberikan landasan teoretis yang kuat untuk menjelaskan bagaimana playlist Spotify menjadi bagian dari pengalaman hidup, ekspresi diri, dan gaya hidup Generasi Z di Kota Bandung.

Untuk mengkaji pengalaman tersebut secara lebih sistematis, fenomenologi Edmund Husserl dipahami melalui beberapa dimensi utama yang berangkat dari konsep-konsep dasarnya. Dimensi-dimensi ini digunakan sebagai kerangka analisis

untuk menggali pengalaman subjektif, kesadaran, itensionalitas, pemaknaan dan intersubjektif Generasi Z terhadap playlist Spotify berdasarkan pengalaman hidup yang mereka alami secara langsung.

1. Pengalaman Subjektif

Fenomenologi memandang pengalaman subjektif sebagai dasar utama dalam memahami suatu fenomena. Husserl meyakini bahwa realitas tidak dapat dilepaskan dari cara individu mengalami dan merasakan suatu peristiwa secara langsung. Pengalaman subjektif menjadi penting karena setiap individu memiliki latar belakang, perasaan, dan pengalaman hidup yang berbeda, sehingga makna terhadap suatu fenomena pun tidak bersifat tunggal.

Dalam konteks fenomenologi, pengalaman subjektif dipahami sebagai pengalaman yang dialami secara sadar oleh individu tanpa intervensi penilaian eksternal. Oleh karena itu, penelitian fenomenologi berupaya menggali pengalaman sebagaimana dialami oleh subjek penelitian, bukan pengalaman yang telah ditafsirkan oleh peneliti. Dengan menelaah pengalaman subjektif, peneliti dapat memahami bagaimana suatu fenomena hadir dalam kehidupan individu dan membentuk makna personal bagi mereka.

2. Kesadaran (Consciousness)

Kesadaran merupakan konsep sentral dalam fenomenologi Edmund Husserl. Husserl menegaskan bahwa setiap pengalaman manusia selalu berlangsung dalam keadaan sadar. Kesadaran memungkinkan individu untuk mengenali, merasakan, dan merefleksikan pengalaman yang dialaminya. Dengan demikian, pengalaman tidak pernah berdiri sendiri, melainkan selalu hadir dalam kesadaran individu yang mengalaminya.

Fenomenologi memandang kesadaran sebagai ruang tempat fenomena menampakkan dirinya. Apa yang dialami individu dipahami bukan sebagai fakta objektif semata, tetapi sebagai pengalaman yang disadari dan dirasakan secara personal. Oleh karena itu, penelitian fenomenologi menaruh perhatian pada bagaimana individu menyadari pengalaman tersebut dan bagaimana kesadaran tersebut membentuk makna atas fenomena yang dialami.

3. Intensionalitas

Salah satu prinsip utama dalam fenomenologi Husserl adalah konsep intensionalitas. Intensionalitas merujuk pada pandangan bahwa kesadaran manusia selalu terarah pada sesuatu. Artinya, tidak ada kesadaran yang kosong setiap kesadaran selalu memiliki objek, tujuan, atau makna tertentu yang disadari oleh individu.

Dalam fenomenologi, intensionalitas menunjukkan bahwa setiap tindakan atau pengalaman individu memiliki maksud tertentu. Pemahaman terhadap

intensionalitas memungkinkan peneliti untuk melihat bahwa pengalaman manusia bukanlah peristiwa yang terjadi secara kebetulan, melainkan hasil dari kesadaran yang terarah. Oleh karena itu, melalui intensionalitas, fenomenologi berupaya memahami tujuan, maksud, dan arah kesadaran individu dalam mengalami suatu fenomena.

4. Pemaknaan (Meaning Making)

Fenomenologi menekankan bahwa makna tidak melekat secara otomatis pada suatu fenomena, melainkan dibentuk melalui proses pemaknaan oleh individu yang mengalaminya. Husserl memandang bahwa makna muncul dari hubungan antara kesadaran individu dan pengalaman yang dialami. Oleh karena itu, fenomenologi berfokus pada bagaimana individu memberikan makna terhadap pengalamannya, bukan pada makna yang ditentukan oleh pihak luar.

Proses pemaknaan dalam fenomenologi dilakukan dengan menelaah bagaimana individu menafsirkan pengalaman hidupnya berdasarkan perasaan, pikiran, dan konteks yang menyertainya. Dengan memahami pemaknaan yang dibangun oleh individu, peneliti dapat menggali makna yang lebih dalam dari suatu fenomena sebagaimana dialami dalam kehidupan sehari-hari.

5. Intersubjektivitas

intersubjektivitas merupakan konsep penting dalam pendekatan fenomenologi yang digunakan untuk memahami bagaimana makna dibangun melalui hubungan antarindividu. Dalam kehidupan sosial, manusia tidak pernah berada dalam kondisi yang sepenuhnya terpisah, melainkan selalu berada dalam relasi dengan orang lain. Berdasarkan pemikiran fenomenologi, intersubjektivitas berpijak pada kesadaran bahwa keberadaan individu selalu bersifat timbal balik, di mana seseorang hadir dalam kesadaran orang lain, dan sebaliknya. Melalui keberadaan orang lain, individu dapat berkomunikasi dan membangun pemahaman bersama secara berkelanjutan. Selain itu, pengalaman subjektif seseorang mengenai orang lain muncul secara simultan dengan pengalaman orang lain terhadap dirinya, sehingga makna tidak hanya terbentuk secara personal, tetapi juga melalui relasi sosial yang saling memengaruhi.

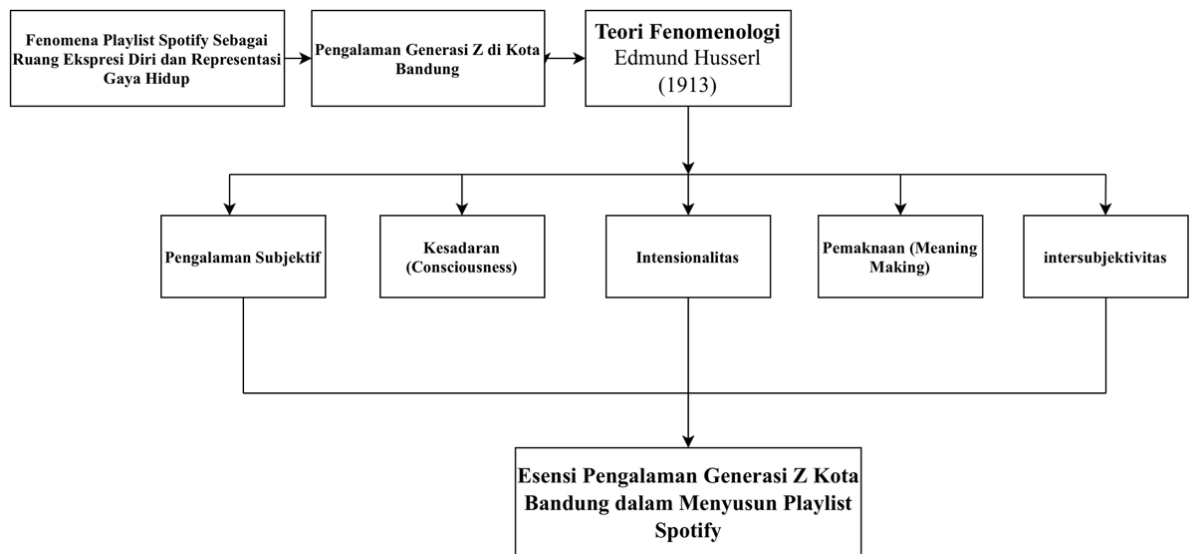
Pemahaman individu terhadap orang lain dalam kerangka intersubjektivitas tidak terjadi secara hampa, melainkan dipengaruhi oleh pengetahuan dan pengalaman masa lalu yang dimilikinya. Pengetahuan tersebut merupakan hasil dari akumulasi pengalaman individu dalam berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Dalam konteks pemakaian playlist Spotify oleh Generasi Z, intersubjektivitas berperan sebagai jembatan antara ruang personal dan ruang sosial. Tindakan menyusun playlist tidak hanya menjadi aktivitas privat, tetapi juga dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi simbolik agar dapat dipahami oleh orang lain. Generasi Z cenderung mengurasi playlist dengan mempertimbangkan bagaimana teman atau

pengikut di ruang digital akan menafsirkan identitas yang mereka tampilkan. Melalui interaksi sosial yang berulang, makna lagu atau genre tertentu kemudian dikonstruksi secara bersama dalam lingkaran pergaulan, sehingga playlist berfungsi sebagai representasi identitas sosial dan keanggotaan individu dalam kelompok tertentu.

2.4 Kerangka Pemikiran

Menurut Edmund Husserl, fenomenologi memandang bahwa realitas sosial dipahami melalui pengalaman subjektif individu sebagaimana dialami secara sadar. Fenomenologi menekankan pemahaman makna pengalaman manusia dari sudut pandang individu yang mengalaminya secara langsung, bukan melalui pengukuran perilaku atau hubungan sebab-akibat. Makna suatu fenomena terbentuk melalui kesadaran, pemaknaan, serta pengalaman hidup individu terhadap fenomena tersebut.

Berdasarkan pemikiran tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi Edmund Husserl untuk memahami bagaimana Generasi Z di Kota Bandung memaknai playlist Spotify sebagai ruang ekspresi diri dan representasi gaya hidup. Playlist Spotify dipahami bukan hanya sebagai kumpulan lagu, tetapi sebagai pengalaman sadar yang merefleksikan perasaan, identitas, serta praktik kehidupan sehari-hari Generasi Z dalam konteks budaya digital.



Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran