

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan pada industri musik, memudahkan produksi dan distribusi karya serta memungkinkan jangkauan audiens tanpa batas geografis. Platform daring mendorong transformasi pola konsumsi masyarakat terhadap produk kreatif, sekaligus menjadikan teknologi sebagai faktor utama dalam pembentukan nilai ekonomi dan budaya musik modern. Menurut penelitian (Kawashima, 2021), kemajuan teknologi digital mendorong transformasi industri budaya melalui *platform* daring yang mengubah pola konsumsi masyarakat terhadap produk kreatif.

Teknologi digital menjadi faktor utama dalam pembentukan nilai ekonomi dan budaya musik di era modern. Akses digital yang semakin masif turut menggeser peran media konvensional dalam mendistribusikan karya musik. Perkembangan teknologi memiliki peran strategis dalam membentuk dinamika industri musik dan budaya (Goula & Vanucchi, 2022). Pemanfaatan teknologi digital juga berdampak pada perubahan perilaku konsumsi budaya, khususnya pada generasi muda yang tumbuh di tengah kemajuan teknologi informasi.

Tabel 1.1
Konten Pengguna Internasional dan Domestik 2023 – 2025

No	Kategori	Tahun			Keterangan
		2023	2024	2025	
1	Konten Domestik (Indonesia)	40%	45%	50%	Konten lokal menunjukkan tren peningkatan pada platform digital
2	Konten Domestik (Internasional)	60%	55%	50%	Konten internasional masih dominan, tetapi cenderung menurun

Sumber: Antara News (2023), *Spotify* Loud & Clear (2024), *Spotify* Indonesia (2025).

Berdasarkan Tabel 1.1, dapat diketahui bahwa konten internasional masih menjadi kategori dengan persentase tertinggi pada awal periode pengamatan, sedangkan konten domestik Indonesia memiliki persentase yang lebih rendah. Namun, seiring perkembangan teknologi informasi dan platform digital, konten lokal menunjukkan kecenderungan peningkatan dari tahun ke tahun. Kondisi tersebut menunjukkan adanya perubahan preferensi pengguna terhadap konten dalam negeri yang semakin memperoleh perhatian di era digital.

Generasi Z dikenal sebagai kelompok digital *native* yang memiliki ketergantungan tinggi terhadap perangkat digital dalam mengakses hiburan, termasuk musik. Penelitian yang dilakukan oleh (Peña-vargas & Armaiz-peña, 2021) menjelaskan bahwa teknologi digital membentuk pola konsumsi Generasi Z yang cepat, personal, dan berbasis preferensi individu. Karakteristik tersebut menjadikan teknologi sebagai penentu utama eksposur budaya yang diterima oleh generasi muda. Apabila konten yang dominan berasal dari budaya global, maka potensi terpinggirkannya musik lokal menjadi semakin besar (Wu *et al.*, 2022).

Tabel 1.2
Preferensi Gen Z Streaming Musik Indonesia 2025

No	Preferensi	Presentase
1	Saat bersantai	74 %
2	Saat beres beres rumah	62 %
3	Saat di perjalanan	52 %
4	Sebelum tidur	43 %
5	Saat bekerja	34 %

Sumber: Good Stats 2025

Berdasarkan Tabel 1.2, terlihat bahwa aktivitas bersantai menjadi kondisi dengan tingkat preferensi mendengarkan musik tertinggi pada Generasi Z. Temuan tersebut menunjukkan bahwa konsumsi musik melalui *platform streaming* telah

menjadi kebiasaan yang melekat dalam kehidupan sehari-hari. Tingginya intensitas penggunaan platform musik digital ini menunjukkan adanya peluang bagi distribusi musik lokal untuk menjangkau pendengar yang lebih luas, khususnya pada Generasi Z.

Pelestarian budaya lokal menghadapi tantangan serius di tengah arus digitalisasi. Di sisi lain, teknologi membuka peluang bagi musik lokal untuk menjangkau audiens global apabila dimanfaatkan secara strategis melalui platform digital (Stoffers *et al.*, 2022). Oleh karena itu, perkembangan teknologi perlu dipahami lebih dalam karena memiliki peran penting dalam proses distribusi musik dan menjaga keberlanjutan budaya musik lokal.

Keberlanjutan budaya (*cultural sustainability*) adalah kemampuan suatu budaya untuk tetap hidup, berkembang, dan relevan lintas generasi, menurut UNESCO hal ini mencakup pelestarian sekaligus adaptasi dalam konteks modern. Dalam musik lokal digital, konsep ini tidak hanya dilihat dari jumlah pendengar, tetapi juga dari eksistensi di platform, tingkat konsumsi, preferensi pengguna, keterikatan identitas budaya, serta keberlanjutan produksi karya, sehingga menunjukkan apakah musik lokal tetap dikenal dan bermakna bagi generasi muda.

Teknologi digital juga menghadirkan sistem berbasis algoritma yang berperan dalam mengatur arus distribusi konten musik di ruang digital. Sistem ini menentukan visibilitas karya musik berdasarkan pola konsumsi pengguna, tingkat popularitas, dan interaksi digital yang tercatat secara otomatis. Menurut (Lestari & Wardana, 2025) mekanisme algoritmik dalam *platform* digital cenderung memperkuat dominasi konten arus utama yang telah memiliki basis pendengar besar.

Transformasi konsumsi musik di Indonesia semakin cepat sejak era digital, dengan layanan streaming berbasis internet menjadi dominan dalam kebiasaan mendengarkan musik masyarakat modern. Platform seperti *Spotify* dan YouTube Music menjadi pilihan utama, terutama bagi generasi muda, dalam mengakses konten musik secara on-demand (Rahmasari *et al.*, 2022). Perubahan ini tidak sekadar soal kemudahan akses, tetapi juga mencerminkan pergeseran budaya musik dari format fisik menuju pengalaman digital yang terpersonalisasi, memengaruhi cara pendengar menemukan, memilih, dan berinteraksi dengan musik secara lebih fleksibel dan individual.

Fenomena keberadaan *Spotify* dan *platform* serupa mempunyai peran penting dalam membentuk perilaku konsumen musik di Indonesia. Penelitian menunjukkan bahwa konsumsi musik melalui *Spotify* berkaitan dengan konstruksi identitas diri dan ekspresi gaya hidup di kalangan generasi muda (Rahmasari *et al.*, 2022). Hal tersebut memperkuat argumen bahwa layanan *streaming* musik bukan hanya sebuah media hiburan, tetapi juga bagian dari pola sosial budaya yang memengaruhi bagaimana musik dipilih, dibagikan, dan diinternalisasi oleh pendengar yang lebih muda.

Tingginya penggunaan layanan streaming musik turut dipengaruhi oleh gaya hidup Generasi Z yang lekat dengan perangkat mobile serta akses internet yang stabil (Elistian *et al.*, 2024). Generasi ini cenderung memilih layanan on-demand dengan algoritma rekomendasi yang mampu menyesuaikan musik dengan mood dan preferensi personal. Kondisi tersebut mendorong peningkatan streaming musik di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Peningkatan ini menggambarkan pergeseran budaya konsumsi musik, khususnya pada Generasi Z, dari pola

mendengarkan tradisional menuju pengalaman musik digital yang lebih interaktif dan terpersonalisasi.

Platform streaming musik *Spotify* telah mencatat pertumbuhan pengguna yang luar biasa secara global hingga akhir 2023, dengan total lebih dari 602 juta pengguna aktif bulanan di seluruh dunia (Rahmasari *et al.*, 2022). Besarnya jumlah pengguna ini menunjukkan dominasi *Spotify* sebagai layanan musik digital yang mengubah cara konsumsi musik masyarakat, termasuk di Indonesia. Dari jumlah tersebut, *Spotify* juga memiliki lebih dari 239 juta pelanggan Premium yang membayar, yang mencerminkan kapasitas *platform* ini dalam menarik pendengar untuk berlangganan layanan tanpa iklan (Yolanda *et al.*, 2024).

Pertumbuhan jumlah pengguna *Spotify* tidak hanya merupakan fenomena global tetapi juga mencerminkan tren lokal di Indonesia dimana penetrasi layanan *streaming* musik meningkat seiring dengan meningkatnya akses internet dan penggunaan *smartphone* (Nurhayati, 2025). *Spotify*, dengan katalog jutaan lagu dari artis lokal dan internasional, menjadi saluran distribusi utama bagi masyarakat Indonesia untuk mengeksplorasi musik sesuai preferensi mereka.

Data global *Spotify* juga menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna berada di rentang usia muda, di mana kelompok usia 18–24 tahun merupakan 64,9% dari total pengguna *Spotify* di Indonesia menurut data demografis terbaru (Setyadi *et al.*, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa *Spotify* sangat relevan di kalangan generasi Z, yang merupakan kelompok pendengar aktif dan sangat familiar dengan layanan musik digital.

Peran *Spotify* sebagai *platform streaming* musik utama di Indonesia juga didukung oleh kemampuan sistem rekomendasi kontennya yang dipersonalisasi,

sehingga memberikan pengalaman mendengarkan yang menarik dan terus mendorong waktu dengar pengguna (Aprilia, 2024). Dengan demikian, pertumbuhan jumlah pengguna *Spotify* tidak hanya signifikan secara angka tetapi juga mencerminkan perubahan perilaku konsumsi musik di Indonesia dari tradisional ke digital.

Tabel 1.3
Jumlah Gen Z Pengguna *Spotify* di Indonesia 2023 - 2025

No	Kategori Pengguna	Tahun			Tren (Keterangan)
		2023	2024	2025	
1	Pengguna Aktif	65%	66%	68%	Meningkat
2	Pengguna Premium	51%	53%	55%	Meningkat

Sumber: IDN TIMES (2023), GoodStats (2024), GMO Research&AI (2025)

Berdasarkan Tabel 1.3, dapat diketahui bahwa penggunaan *Spotify* pada Generasi Z menunjukkan tingkat yang tinggi dan cenderung mengalami peningkatan, baik dari sisi pengguna aktif maupun pengguna Premium, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Spotify* telah menjadi platform musik digital yang dominan di kalangan Generasi Z di Indonesia.

Penggunaan *platform* musik digital seperti *Spotify* menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat urban. Secara ekonomi dan teknologi, Bandung sebagai kota dengan penetrasi internet yang relatif tinggi juga memudahkan pertumbuhan pengguna *platform* digital termasuk *streaming* musik (Aprilia, 2024). Ini menunjukkan bahwa angka penggunaan *platform* digital di Bandung tidak hanya tinggi tetapi juga terintegrasi dengan tren digital yang lebih luas di Indonesia.

Tabel 1.4
Persentase Pengguna *Spotify* Berdasarkan Kota Besar di Pulau Jawa 2024-2025

No	Kota	Persentase	Populasi Gen Z
1	Bandung	45%	23% dari 10,72 juta jiwa
2	Jakarta	55%	26% dari 2,53 juta jiwa
3	Surabaya	40%	27% dari 3,02 juta jiwa
4	Semarang	35%	28% dari 1,56 juta jiwa
5	Jogjakarta	50%	28% dari 437ribu jiwa

Sumber: BPS (2024), (Arga Pramesty *et al.*, 2025), Databoks (2024), GoodStats (2026).

Berdasarkan Tabel 1.4, diketahui bahwa persentase pengguna *Spotify* di Kota Bandung berada pada angka 45%. Meskipun tidak menjadi yang tertinggi dibandingkan kota lain seperti Jakarta (55%), angka tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *Spotify* di kalangan Generasi Z di Bandung tetap berada pada kategori cukup tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa *Spotify* telah menjadi salah satu platform musik digital yang cukup banyak digunakan oleh *Gen Z* di Kota Bandung.

Distribusi musik lokal mengalami implikasi signifikan seiring terbukanya peluang eksposur yang lebih luas bagi musisi lokal, meskipun dihadapkan pada persaingan ketat dengan konten global. Keberlanjutan budaya menjadi variabel penting karena preferensi konsumsi musik Generasi Z berpotensi memengaruhi keberlangsungan identitas budaya lokal (Yolanda *et al.*, 2024). Keterkaitan antarvariabel ini menunjukkan bahwa *platform* digital berperan sebagai media antara teknologi, perilaku konsumen, dan budaya.

Tabel 1.5
Persentase Generasi Pada Penduduk Indonesia 2023

No	Kelompok Usia	Rentang Tahun Lahir	Persentase (%)	Keterangan
1	Generasi Z	1997–2012	27,94%	Kelompok terbesar Indonesia
2	Milenial	1981–1996	25,87%	Pengguna aktif media digital
3	Generasi X	1965–1980	21,88%	Transisi digital
4	Baby Boomers	1946–1964	11,56%	Dominan media konvensional

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS, 2023 <https://www.bps.go.id>)

Berdasarkan tabel 1.5 Generasi Z merupakan kelompok demografis yang memiliki proporsi besar dalam struktur penduduk Indonesia dan memainkan peran strategis dalam perkembangan budaya digital. Berdasarkan hasil Sensus Penduduk, generasi Z mencakup sekitar 27,94% dari total penduduk Indonesia, menjadikannya kelompok usia terbesar saat ini (BPS, 2023). Dominasi jumlah ini menyebabkan

preferensi dan perilaku *Gen Z*, termasuk dalam konsumsi musik digital, memiliki dampak signifikan terhadap arah industri kreatif nasional.

Penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki kecenderungan tinggi terhadap media berbasis internet dan layanan on-demand karena tumbuh sebagai *digital natives* yang akrab dengan teknologi digital sejak dini (Fadillah *et al.*, 2022). Oleh karena itu, pemahaman terhadap karakteristik dan perilaku *Gen Z* menjadi landasan penting dalam mengkaji dinamika penggunaan *Spotify* di Indonesia, khususnya dalam konteks perubahan pola konsumsi musik digital.

Tabel 1.6
Persentase Kelompok Usia Penduduk Kota Bandung 2023

No	Kelompok Usia	Rentang Usia	Persentase (%)	Karakteristik Digital
1	Remaja Akhir	15–19 tahun	9,8%	<i>Digital active</i>
2	Dewasa Awal	20–29 tahun	18,6%	Pengguna utama <i>platform streaming</i>
3	Dewasa Madya	30–44 tahun	27,1%	Konsumen selektif

Sumber: BPS Kota Bandung (2023) <https://bandungkota.bps.go.id>

Tabel 1.6 menjelaskan bahwa Kota Bandung dikenal sebagai salah satu kota dengan populasi generasi Z yang cukup besar dan aktif secara digital, terutama karena karakteristiknya sebagai kota pendidikan dan kreatif. Data kependudukan menunjukkan bahwa penduduk usia 15–29 tahun di Kota Bandung menempati proporsi signifikan dari total penduduk kota (BPS Kota Bandung, 2023). Kelompok usia ini menjadi pengguna utama teknologi digital, termasuk *platform streaming* musik, karena didukung oleh infrastruktur internet yang relatif baik.

Keberadaan banyak perguruan tinggi serta komunitas kreatif di Kota Bandung turut memperkuat peran Generasi Z sebagai konsumen aktif budaya digital (Ratnaningsih Sri Yustini, 2024). Lingkungan akademik dan ekosistem kreatif tersebut mendorong tingginya intensitas interaksi *Gen Z* dengan platform digital, termasuk layanan streaming musik. Kondisi ini menjadikan Bandung

sebagai lokasi yang strategis untuk mengkaji hubungan antara penggunaan *Spotify*, distribusi musik lokal, dan keberlanjutan budaya.

Tabel 1.7
Usia Pengguna *Spotify* di Indonesia 2024

No	Rentang Usia	Persentase (%)	Keterangan
1	18–24 tahun	42%	Generasi Z
2	25–34 tahun	31%	Milenial
3	35–44 tahun	17%	Pengguna sekunder
4	>45 tahun	10%	Minoritas

Sumber: (Yolanda *et al.*, 2024)

Menurut tabel 1.7 Generasi Z merupakan kelompok pengguna dominan *Spotify* di Indonesia, baik sebagai pendengar aktif maupun sebagai pembentuk tren musik digital. Studi mengenai perilaku pengguna *Spotify* menunjukkan bahwa mayoritas pengguna berada pada rentang usia 18–24 tahun, yang secara demografis termasuk dalam generasi Z (Yolanda *et al.*, 2024). Tingginya adopsi *Spotify* oleh Gen Z dipengaruhi oleh kemudahan akses, personalisasi playlist, dan integrasi dengan media sosial.

Penelitian lain menegaskan bahwa Generasi Z memanfaatkan *Spotify* sebagai sarana eksplorasi identitas dan bentuk ekspresi diri melalui preferensi musik yang dipilih (Rahmasari *et al.*, 2022). Fitur personalisasi, playlist, dan algoritma rekomendasi memungkinkan pengguna menampilkan karakter serta selera musik secara individual. Dominasi Generasi Z dalam basis pengguna *Spotify* menjadikan kelompok ini aktor utama dalam konsumsi musik digital. Oleh karena itu, Generasi Z sangat relevan untuk dianalisis dalam konteks budaya musik dan distribusi musik lokal di era digital.

Spotify menjadi pilihan utama generasi Z karena mampu memenuhi kebutuhan hiburan, eksplorasi, dan personalisasi musik secara bersamaan. Penelitian berbasis teori *Uses and Gratifications* menunjukkan bahwa generasi Z

menggunakan *Spotify* untuk memperoleh kemudahan akses, variasi konten, dan rekomendasi musik yang sesuai dengan suasana hati (Yolanda *et al.*, 2024). Fitur algoritma *Spotify* memungkinkan pengguna menemukan musik baru secara cepat, termasuk lagu yang sedang tren secara global. Selain itu, integrasi *Spotify* dengan media sosial memperkuat fungsi musik sebagai sarana ekspresi identitas dan gaya hidup (Rahmasari *et al.*, 2022).

Karakteristik penggunaan *Spotify* di kalangan generasi Z tidak dapat dipahami hanya sebagai aktivitas mendengarkan musik, melainkan sebagai praktik budaya digital yang memiliki dimensi perilaku tertentu. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *Spotify* oleh generasi Z dipengaruhi oleh kebiasaan (habit), hobi, intensitas penggunaan, serta ketergantungan pada algoritma rekomendasi konten (Yolanda *et al.*, 2024). Dimensi hobi menjadi penting karena musik tidak lagi dikonsumsi secara pasif, tetapi menjadi bagian dari rutinitas harian yang membentuk preferensi dan identitas pengguna.

Karakteristik eksploratif generasi Z mendorong mereka untuk mengandalkan playlist otomatis dan rekomendasi sistem dibandingkan pencarian manual (Rahmasari *et al.*, 2022). Kondisi ini menunjukkan bahwa karakteristik penggunaan *Spotify* memiliki struktur perilaku yang dapat diukur dan dianalisis secara ilmiah. Distribusi musik melalui *platform* digital seperti *Spotify* pada dasarnya membuka peluang keberlanjutan musik lokal karena akses distribusi yang luas dan tidak terbatas ruang.

Tabel 1.8

Perbandingan Minat Remaja terhadap Budaya Lokal dan Budaya Luar 2024

No	Minat Remaja	Presentase
1	Remaja yang menyukai budaya lokal	39,4%
2	Remaja yang lebih menyukai budaya luar	60,6%

Sumber: (Surakhman, 2025)

Berdasarkan Tabel 1.8, terlihat bahwa minat remaja menunjukkan kecenderungan lebih besar terhadap budaya luar dibandingkan budaya lokal. Kondisi tersebut menunjukkan adanya pergeseran preferensi budaya pada kalangan remaja yang berpotensi memengaruhi perhatian dan keterlibatan generasi muda terhadap budaya lokal. Fenomena ini menjadi perhatian karena dapat berdampak pada keberlanjutan pelestarian budaya lokal di masa mendatang.

Keberlanjutan musik lokal sangat bergantung pada cara pendistribusian dan pemosisian karya dalam ekosistem digital yang kompetitif. Sistem algoritma *Spotify* cenderung memprioritaskan musik dengan tingkat interaksi tinggi, sehingga musik lokal berpotensi tersisih apabila tidak memperoleh eksposur awal yang memadai (Rahmasari *et al.*, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa distribusi digital tidak secara otomatis menjamin keberlanjutan budaya, tetapi memerlukan strategi distribusi yang selaras dengan pola konsumsi generasi Z sebagai pengguna dominan *platform*.

Permasalahan muncul ketika distribusi musik lokal dilakukan secara dangkal dan tidak memperhatikan karakteristik penggunaan *Spotify* oleh generasi Z. Praktik distribusi yang hanya mengandalkan unggahan lagu tanpa narasi budaya, atau strategi playlist membuat musik lokal diperlakukan layaknya konten digital biasa, tidak berbeda dengan sekedar penggunaan ponsel sebagai alat pemutar musik (Yolanda *et al.*, 2024). Kondisi ini berpotensi menghilangkan nilai budaya yang melekat pada musik lokal, sehingga keberlanjutannya menjadi lemah di tengah dominasi musik populer global.

Data demografis menunjukkan bahwa generasi Z merupakan pengguna utama *Spotify*, sehingga pola konsumsi mereka sangat menentukan visibilitas musik

lokal di *platform* digital (Ratnaningsih Sri Yustini, 2024). Fenomena tersebut dapat dijelaskan melalui pendekatan teori *Uses and Gratifications*, yang menyatakan bahwa pengguna media secara aktif memilih media berdasarkan kebutuhan tertentu, seperti hiburan, identitas, dan integrasi sosial (Fadillah *et al.*, 2022).

Generasi Z menggunakan *platform* ini untuk memenuhi kebutuhan personal dan emosional, bukan semata-mata untuk pelestarian budaya. Ketika kebutuhan tersebut tidak dihubungkan dengan konten musik lokal secara strategis, maka musik lokal kehilangan daya tarik dalam sistem konsumsi digital. Teori ini memperkuat argumen bahwa keberlanjutan budaya melalui *Spotify* sangat ditentukan oleh kesesuaian antara karakteristik pengguna dan strategi distribusi konten.

Kesenjangan penelitian terlihat pada minimnya kajian yang menghubungkan karakteristik penggunaan *Spotify* secara spesifik dengan keberlanjutan budaya musik lokal, khususnya pada konteks generasi Z di tingkat kota. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih menekankan pada kepuasan pengguna atau intensi penggunaan aplikasi, tanpa mengaitkannya dengan implikasi budaya jangka panjang (Yolanda *et al.*, 2024). Selain itu, kajian mengenai generasi Z di Kota Bandung masih terbatas pada perilaku media secara umum dan belum secara khusus mengkaji peran *Spotify* dalam distribusi musik lokal (Gandana & Oktaviandy, 2021).

Sebagian besar penelitian mengenai *platform streaming* musik di Indonesia masih berfokus pada aspek adopsi teknologi, kepuasan pengguna, serta perilaku konsumsi musik secara umum. Kajian yang secara spesifik menelaah karakteristik penggunaan *Spotify*, seperti kebiasaan mendengarkan, eksplorasi genre, dan

preferensi terhadap musik lokal, serta keterkaitannya dengan pola distribusi musik lokal masih relatif terbatas, khususnya dalam konteks keberlanjutan budaya (Yolanda *et al.*, 2024).

Penelitian yang memanfaatkan teori *Uses and Gratifications* menyatakan bahwa generasi Z menggunakan aplikasi seperti *Spotify* karena fitur-fiturnya yang mampu memenuhi kebutuhan hiburan, eksplorasi musik baru, dan penyusunan daftar putar sesuai preferensi pribadi (Yolanda *et al.*, 2024). Preferensi ini berakar pada karakteristik generasi Z sebagai digital *natives* yang menghargai fleksibilitas dan pengalaman personal dalam memilih konten musik, bukan sekedar mengaksesnya.

Teori *Uses and Gratifications* (U&G) yang dikemukakan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch pada tahun 1974 menjelaskan bahwa individu secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan tertentu. Teori ini menekankan bahwa audiens bukanlah pihak pasif, melainkan memiliki kontrol dalam memilih media sesuai dengan motif yang diinginkan, seperti kebutuhan informasi, hiburan, identitas pribadi, dan interaksi sosial. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan U&G digunakan untuk memahami bagaimana pengguna, khususnya *Gen Z*, memanfaatkan platform seperti *Spotify* dalam memenuhi kebutuhan tersebut.

Penelitian yang menempatkan Generasi Z sebagai aktor utama dalam menjaga eksistensi budaya lokal melalui platform digital masih terbatas, khususnya pada level kota. Padahal, generasi Z sebagai digital natives memiliki peran strategis dalam menentukan arah popularitas dan keberlanjutan musik lokal di ruang digital (Rahmasari *et al.*, 2022). Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan

penelitian antara penggunaan *Spotify* sebagai media distribusi musik dan implikasinya terhadap keberlanjutan budaya lokal, khususnya di Kota Bandung.

Kebaruan penelitian terletak pada integrasi pendekatan perilaku pengguna digital dengan perspektif keberlanjutan budaya lokal dalam konteks kota kreatif, yang hingga kini masih jarang dikaji secara komprehensif (Gandana & Oktaviandy, 2021). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis dalam kajian budaya digital sekaligus memberikan solusi konseptual bagi perumusan strategi distribusi musik lokal yang lebih berkelanjutan di era *platform* digital. Selain itu, penelitian ini juga memperkaya literatur mengenai relasi antara platform digital, perilaku konsumsi Generasi Z, dan pelestarian budaya lokal dalam ekosistem industri kreatif berbasis teknologi.

Penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan secara lebih sistematis dan mendalam. Kajian ini diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai peran *Spotify* dalam pola konsumsi dan distribusi musik lokal di kalangan Generasi Z. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul: **“KARAKTERISTIK PENGGUNAAN *SPOTIFY* DAN DISTRIBUSI MUSIK LOKAL TERHADAP KEBERLANJUTAN BUDAYA PADA *GEN Z* DI KOTA BANDUNG.”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Identifikasi masalah dan rumusan masalah yang menjadi dasar dalam pelaksanaan penelitian ini. Identifikasi masalah disusun untuk memperjelas ruang lingkup permasalahan yang berkaitan dengan karakteristik penggunaan *Spotify*, distribusi musik lokal, dan keberlanjutan budaya pada generasi Z di Kota Bandung.

Selanjutnya, rumusan masalah dirumuskan dalam bentuk pertanyaan penelitian guna memberikan arah yang jelas terhadap tujuan dan fokus penelitian yang akan dilakukan.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan mengenai perkembangan teknologi digital, dominasi platform *Spotify* dalam konsumsi musik Generasi Z, serta tantangan distribusi musik lokal terhadap keberlanjutan budaya di Kota Bandung, maka permasalahan penelitian dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Karakteristik Penggunaan *Spotify*
 - a. Tingginya intensitas penggunaan *Spotify* di kalangan Generasi Z Kota Bandung belum sepenuhnya diikuti dengan peningkatan konsumsi musik lokal.
 - b. Pola penggunaan *Spotify* yang dipengaruhi algoritma dan sistem rekomendasi cenderung menampilkan musik populer atau global.
 - c. Preferensi Generasi Z terhadap musik internasional lebih dominan dibandingkan musik lokal.
 - d. Aktivitas seperti menyimpan dan membagikan playlist lebih sering dilakukan pada musik populer dibandingkan musik lokal.
 - e. Penggunaan *Spotify* lebih bersifat mengikuti tren dibandingkan sebagai sarana pelestarian budaya.
2. Distribusi Musik Lokal
 - a. Strategi distribusi musik lokal belum sepenuhnya menyesuaikan karakteristik dan kebiasaan penggunaan *Spotify* oleh Generasi Z.
 - b. Segmentasi dan penargetan pendengar musik lokal belum dilakukan secara optimal.

- c. Konsistensi promosi musik lokal melalui media digital masih belum berkelanjutan.
 - d. Kolaborasi antara musisi lokal dan platform digital masih terbatas.
3. Keberlanjutan Budaya
- a. Dominasi budaya populer global berpotensi mengurangi eksistensi musik lokal sebagai bagian dari identitas budaya daerah.
 - b. Minat Generasi Z terhadap musik lokal masih perlu ditingkatkan agar tidak terjadi pergeseran budaya.
 - c. Inovasi budaya melalui media digital belum sepenuhnya mampu menjaga keseimbangan antara modernisasi dan pelestarian nilai budaya lokal.
 - d. Keterlibatan Generasi Z dalam mendukung dan mempromosikan musik lokal masih belum optimal.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik penggunaan *Spotify* pada Generasi Z di Kota Bandung?
2. Bagaimana distribusi musik lokal melalui *Spotify* di kalangan generasi Z di Kota Bandung?
3. Bagaimana keberlanjutan budaya pada generasi Z di Kota Bandung?
4. Bagaimana distribusi musik lokal melalui *Spotify* berpengaruh terhadap keberlanjutan budaya pada generasi Z di Kota Bandung?

5. Bagaimana karakteristik penggunaan *Spotify* dan distribusi musik lokal secara simultan berpengaruh terhadap keberlanjutan budaya pada generasi Z di Kota Bandung?

1.2.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik penggunaan *Spotify* dan distribusi musik lokal terhadap keberlanjutan budaya pada generasi Z di Kota Bandung. Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis karakteristik penggunaan *Spotify* oleh generasi Z di Kota Bandung.
2. Untuk menganalisis pola distribusi musik lokal melalui *platform Spotify* di kalangan generasi Z di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui tingkat keberlanjutan budaya musik lokal pada generasi Z di Kota Bandung.
4. Untuk menganalisis pengaruh karakteristik penggunaan *Spotify* terhadap keberlanjutan budaya pada generasi Z di Kota Bandung.
5. Untuk menganalisis pengaruh distribusi musik lokal melalui *Spotify* terhadap keberlanjutan budaya musik lokal pada generasi Z di Kota Bandung.
6. Untuk menganalisis pengaruh karakteristik penggunaan *Spotify* dan distribusi musik lokal secara simultan terhadap keberlanjutan budaya pada generasi Z di Kota Bandung.

1.3 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka kegunaan penelitian ini dapat ditinjau dari dua sisi, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan

praktis. Penjelasan mengenai masing-masing kegunaan penelitian tersebut diuraikan sebagai berikut:

1.3.1 Kegunaan Teoritis

Adapun kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menambah wawasan dan pengembangan keilmuan dalam bidang komunikasi budaya dan kajian media digital, khususnya yang berkaitan dengan karakteristik penggunaan *platform streaming* musik, distribusi musik lokal, dan keberlanjutan budaya pada generasi Z.
2. Memberikan pemahaman konseptual mengenai pengaruh karakteristik penggunaan Spotify dan distribusi musik lokal terhadap keberlanjutan budaya musik lokal di era *platform* digital.
3. Menjadi referensi dan rujukan bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa, terutama yang berfokus pada perilaku generasi Z, *platform streaming* musik, serta pelestarian budaya lokal dalam konteks kota kreatif.

1.3.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan praktis bagi berbagai pihak yang berkepentingan. Adapun pihak-pihak yang dapat merasakan kegunaan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pemahaman peneliti mengenai karakteristik penggunaan *Spotify*, distribusi musik lokal, serta peran generasi Z dalam menjaga keberlanjutan budaya. Selain itu, penelitian ini

memberikan pengalaman akademik dalam menerapkan teori budaya digital dan perilaku pengguna ke dalam penelitian empiris.

2. Bagi Pelaku Industri Musik dan Kreatif

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi musisi lokal, label independen, serta pelaku industri kreatif dalam merancang strategi distribusi musik yang lebih efektif dan berkelanjutan melalui *platform* digital, khususnya *Spotify*, dengan menyesuaikan karakteristik generasi Z sebagai pengguna utama.

3. Bagi Pemerintah Daerah dan Pemangku Kebijakan

Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam perumusan kebijakan dan program pengembangan budaya lokal, terutama dalam pemanfaatan *platform* digital sebagai sarana distribusi dan pelestarian musik lokal di Kota Bandung.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi tambahan dan acuan empiris bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji keterkaitan antara *platform* digital, distribusi musik lokal, dan keberlanjutan budaya dengan objek, variabel, atau pendekatan yang berbeda.