

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mendengarkan musik merupakan salah satu kebiasaan yang biasa dilakukan oleh hampir semua orang. Baik untuk bersantai di malam hari atau sebagai teman bekerja dan menyetir, mendengarkan musik biasa dilakukan pada waktu kapanpun dan dimanapun. Ini terbukti dengan banyaknya kegiatan yang sering kita jumpai dan tidak lepas dari musik. Berolah-raga, mengerjakan tugas dan berada di tempat umum pun beberapa orang senang mendengarkan musik. Rasanya, hampir semua orang memiliki lagu kesukaan untuk menemani hidup mereka. Mendengarkan lagu favorit ini bisa menjadi cara untuk menyenangkan hati atau membawa kembali diri kita pada ingatan tertentu.

Penelitian dari tahun 2019 oleh dr. Kelly Jakubowski dari Durham University menemukan bahwa lagu bisa membawa kembali ingatan seorang lansia ke masa lalu. Hal ini terutama terjadi pada lagu yang mereka dengarkan pada usia 10 hingga 30 tahun, lengkap dengan memori dari masa itu. Kegiatan kecil tersebut mampu mempengaruhi kegiatan lainnya juga, karena mampu mengubah suasana hati dan kondisi. Seperti yang dikutip dalam artikel Dream dengan judul “Terungkap Cara Musik Mempengaruhi Mood”, menurut Elvira Brattico Profesor dari Universitas Aarhus, Denmark. Namun untuk mendengarkan musik kita perlu usaha yang lebih yaitu seperti membeli, membeli DVD, memutar Radio, membeli CD bahkan membeli tiket konser untuk mendengarkan musik yang kita suka, tetapi mendengarkan musik ini semakin lama semakin berkembang, mengingat banyaknya musisi, lagu serta genrenya, ternyata cukup menghabiskan ruang data pada ponsel yang digunakan. Beberapa orang seperti Daniel Ek (CEO dari layanan musik streaming Spotify)

memanfaatkan situasi akan penuhnya ruang data akibat menyimpan terlalu banyak lagu menciptakan inovasi baru yaitu Streaming.

Streaming adalah sebuah teknologi untuk menyimpan data rekaman suara, rekaman video dan multimedia lainnya secara realtime di dunia maya. Penyimpanan data di internet ini sudah menjadi hal lumrah dilakukan oleh generasi Z, Spotify melakukan riset dengan 20.000 partisipan di AS dan Swedia dengan hasil 60% pengguna internet melakukan streaming. Dilansir dari Indozone.id beberapa aplikasi yang dimiliki banyak minat dari penikmat musik diantaranya ada Spotify, Joox, Apple Music, Google Play Music, Youtube Music, Mix Cloud, Langit Musik. Masing-masing aplikasi streaming musik tersebut mempunyai kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Salah satu aplikasi streaming musik yang sedang diminati saat ini yaitu Spotify.

Aplikasi yang sedang populer bagi individu yang memiliki hobi dan menggemari musik saat ini adalah aplikasi streaming musik Spotify. Spotify adalah suatu aplikasi yang menyediakan hiburan musik yang legal yang digunakan secara streaming atau online. Spotify juga berperan sebagai penyedia hak cipta digital atas musik yang diunggah, sehingga lagu-lagu yang disediakan dapat dipastikan merupakan lagu resmi dan pengguna dapat menikmati beragam koleksi yang lengkap secara resmi. Spotify memungkinkan pengguna untuk dapat mendengarkan musik dari beberapa aliran musik dan artis baik lokal maupun mancanegara. Spotify menawarkan model layanan yang terdiri dari dua model berlangganan, yaitu gratis (freemium) dan berbayar (premium). Pengguna dengan layanan premium dan freemium mendapatkan kualitas layanan yang berbeda. Spotify dengan layanan premium dapat menghapus iklan, meningkatkan kualitas audio dan memungkinkan pengguna untuk mengunduh musik untuk dinikmati secara offline tanpa menggunakan kuota. Sedangkan,

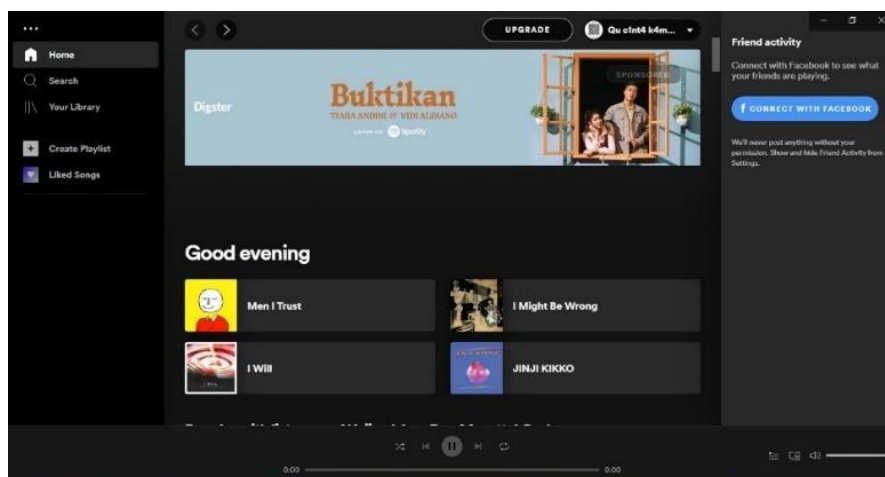
Spotify dengan layanan gratis (freemium) tidak bisa menikmati fitur tersebut.

Sebagai sebuah aplikasi musik, Spotify telah menjelma menjadi pemimpin global terdepan dalam hal platform musik streaming. Melihat data yang dirilis di situs Spotify.com, saat ini jumlah pengguna berbayar dari Spotify telah mencapai 60 juta pada bulan Juli 2017, dengan pengguna aktif mencapai 140 juta pencinta musik yang tersebar di seluruh penjuru dunia. Berdasarkan infografis yang dirilis oleh AdWeek, sekitar 72% dari pengguna Spotify adalah generasi milenial. Generasi milenial telah menjadi pasar terbesar yang mengkonsumsi berbagai aplikasi musik streaming seperti Spotify. Hingga November 2017, misalnya, total pengguna Spotify yang telah mengunduh aplikasi mobile versi Android telah mencapai 100 juta orang (Google Play, n.d.). Jumlah penggunanya juga akan terus bertambah, karena penetrasi perangkat telepon pintar yang terus berkembang di Indonesia. Data yang dirilis APJII (2016) menyebutkan bahwa hingga November 2016, jumlah pengguna ponsel pintar telah mencapai 89,9 juta orang, atau 67,8% dari total populasi pengguna internet di Indonesia. Sebagai sebuah layanan musik streaming yang memiliki pengguna aktif yang besar jumlahnya, Spotify memiliki layanan periklanan online yang disebut dengan Spotify For Brands. Beragam ad format tersedia untuk brand-brand yang ingin menjangkau generasi milenial yang merupakan audience terbesar dari Spotify (SpotifyForBrands.com, n.d.). Spotify juga baru saja merilis sebuah platform audio self-service periklanan baru, yaitu Spotify Ad Studio. Layanan ini memungkinkan pemasar untuk menjangkau konsumen yang tepat pada saat yang tepat, untuk mengelola kampanye beragam audio dengan pilihan anggaran yang fleksibel. Besarnya jumlah pengguna Spotify pada akhirnya menciptakan trend tersendiri yang terus berkembang seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi mobile. Kekuatan Spotify adalah

pada standard industri baru yang telah diciptakannya. Dengan besarnya jumlah pengguna internet di Indonesia, maka Spotify memiliki pangsa pasar yang sangat besar di Indonesia. Pihak Spotify telah mengumumkan bahwa Indonesia merupakan satu-satunya pasar di Asia dengan pertumbuhan tercepat. Total sudah 3,9 milyar lagu diputar di Indonesia.

Spotify merupakan platform musik streaming yang berasal dari swedia yang sedang diminati oleh pendengar musik di semua kalangan, baik itu kalangan dewasa maupun remaja. Kehadiran spotify tentu menjadi angin segar bagi para penikmat musik. Karena spotify menawarkan lagu sebanyak 30 Juta lebih, kualitas suara yang bagus dan tidak memakan banyak ruang memori penyimpanan data. Spotify memiliki tampilan yang simpel karena memang mengutamakan kemudahan dan kesederhanaan sehingga membuat performa Spotify terasa cepat dan mudah digunakan. Untuk lebih jelasnya, dapat kita lihat pada gambar di bawah ini.

Gambar 1.1
Tampilan Spotify



Sumber: Spotify

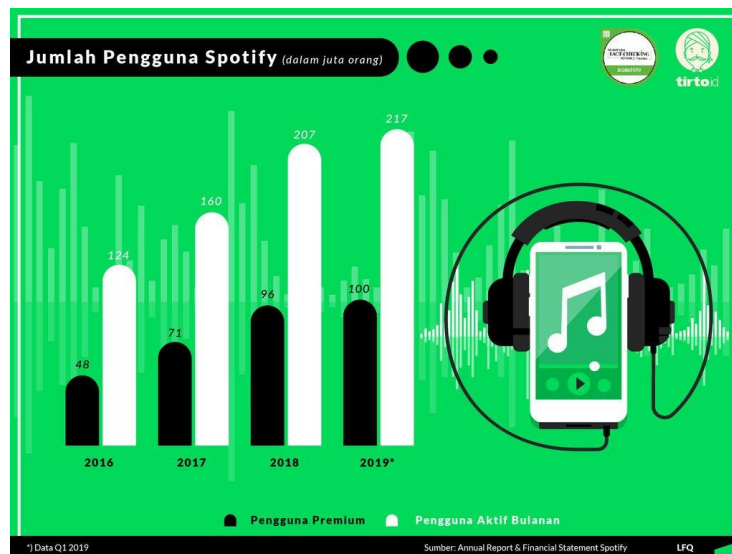
tampilan Spotify jauh lebih sederhana dan simple sehingga Ketika aplikasi dibuka tidak lambat, Spotify memiliki daftar lebih dari 30 juta lagu. Seperti yang diungkapkan oleh data Spotify, ini adalah

kekuatan yang sangat menjual. Spotify memiliki playlist yang disesuaikan dengan genre, mood, top hit's dan daily mix playlist yang berisi lagu-lagu yang penggunanya dengarkan digabung sesuai genre dari lagu tersebut. Tidak hanya bisa didengarkan secara offline dan tanpa iklan, spotify juga fitur Premium pun menyajikan kualitas suara yang lebih bagus serta bebas memilih lagu yang disukai tanpa perlu diputar secara acak.

Promosi yang dilakukan Spotify selama ini di Indonesia sudah ada, seperti mengadakan diskon pada harga premium dengan lama penggunaan selama tiga bulan, iklan audio yang diselipkan Ketika ada jeda setiap empat kali lagu diputar. Melakukan iklan TVC yang menampilkan sisi USP dari Spotify. Yang terbaru adalah ketika spotify mengadakan konser privat untuk para penggunanya yang mendatangkan musisi local dan luar. Akan tetapi jika melihat dari penjelasan di atas ternyata promosi yang dilakukan masih kurang untuk mengajak para pelanggan gratis untuk menjadi pelanggan berbayar.

Menurut Hermawan (2012:72) Periklanan (advertising) adalah semua bentuk penyajian dan promosi nonpersonal atas ide, barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan tertentu. Iklan tidak dapat kita hindari setiap harinya, iklan selalu ada dalam kegiatan sehari-hari. Kemunculan iklan didukung oleh ketersediaan media penyebaran iklan, misalnya melalui handphone, radio, televisi, majalah, koran, kemudian saat kita sedang diluar rumah melihat baliho, spanduk, video tron. Bahkan saat membuka aplikasi pada handphone terdapat banyak iklan.

GAMBAR 1. 2
Keadaan Keuangan Spotify



Sumber: Tirto.id, 2019.

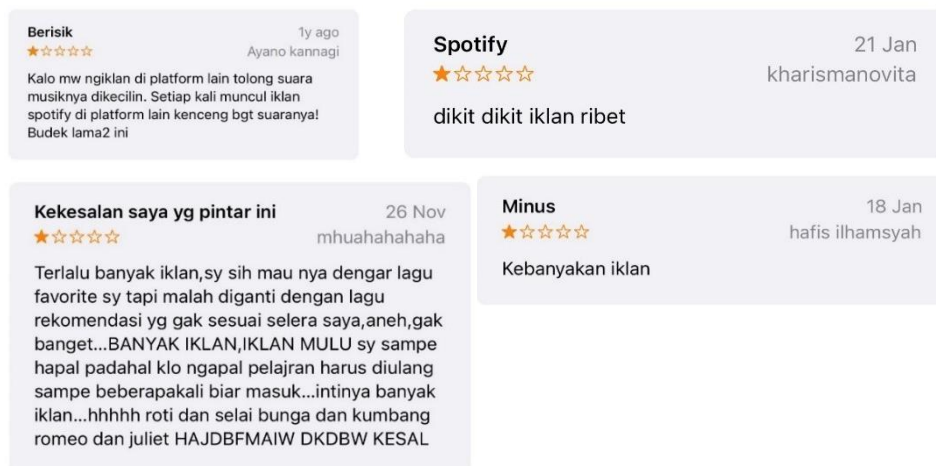
Pada gambar 1.2 terlihat keadaan keuangan spotify yang mengalami kerugian. Mengapa bisa mengalami kerugian, karena spotify adalah pihak ketiga yang menjual konten dari label rekaman. Sementara label rekaman sendiri punya hak atas koleksi musik yang dihasilkan oleh para musisinya. Model bisnis yang dijalankan spotify membuat mereka harus membayar royalti dan biaya distribusi kepada label rekaman, penertbit, dan pemegang hak streaming musik pada pelanggan. Seiring bertambahnya jumlah pengguna pelanggan premium, penghasilan yang didapat spotify juga bertambah. Namun, peningkatan jumlah pengguna premium juga membuat biaya yang harus dibayar menjadi lebih tinggi. Pada kuartal I/2018, misalnya, spotify harus menutupi biaya produksi, biaya operasional, modal, dan pajak sekaligus, seluruh biaya ini tidak mampu ditutupi oleh pendapatan laba kotor perusahaan, sehingga spotify harus merugi sebesar 142 juta euro. Belakangan ini, spotify sedang berada di bawah tekanan dari para pemegang saham untuk meningkatkan pendapatan dan menghasilkan miliaran dollar setiap tahunnya, spotify mengalami

kerugian begitu pembayaran dilakukan kepada para pemegang hak musik. Pertumbuhan pendapatan iklan yang lambat adalah factor lainnya. Pada dasarnya iklan digunakan perusahaan agar dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap suatu produk atau tidak. Minat beli merupakan perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk.

Periklanan dikatakan sebagai proses dari sebuah komunikasi, kerena unsur-unsur yang terdapat di dalamnya membentuk kesatuan dalam menyampaikan pesan melalui suatu media kepada khalayak dan bertujuan menimbulkan efek.

GAMBAR 1.3

Keluhan Pengguna Aplikasi Spotify



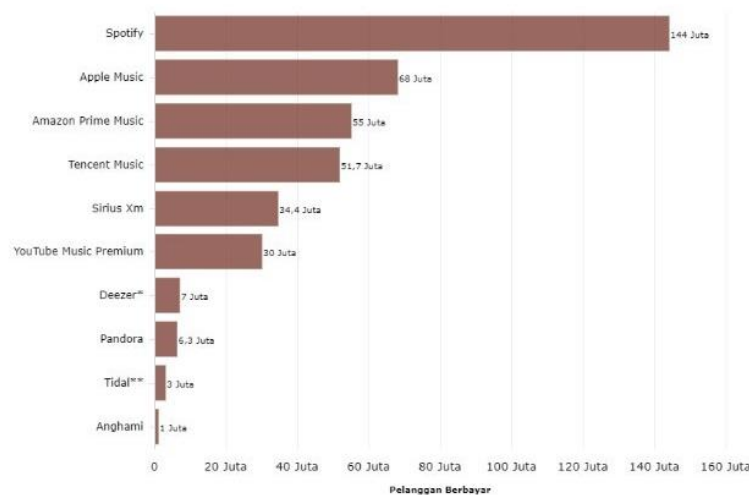
Sumber: App Store Spotify 2022

Menurut gambar 1.3 pendapat para pengguna aplikasi spotify iklan yang ditayangkan memiliki durasi yang cukup lama sekitar kurang lebih satu menit sehingga membuat pengguna aplikasi spotify terganggu saat mendengarkan musik. Tidak hanya durasi iklan, suara pada iklan yang terlalu keras juga sangat mengganggu pengguna aplikasi spotify. Iklan yang ditayangkan pengguna spotify membuat pengguna merasa terganggu karena spotify ingin mengajak pengguna

beralih ke fitur premium. Fitur premium ini adalah fitur yang memberikan layanan kepada pengguna seperti download musik, sehingga pengguna spotify dapat mendengarkan lagu secara offline, tidak ada iklan yang mengganggu, pengguna bebas memutar lagu apa saja. Apabila tidak beralih ke fitur premium maka setiap pengguna memutar lagu, akan ada iklan yang berdurasi cukup lama muncul dan pada akhirnya mereka harus beralih ke fitur Premium agar iklan tersebut tidak muncul kembali.

GAMBAR 1.4

Sepuluh Aplikasi Streaming Musik dengan Pelanggan Berbayar Tebanyak 2020



Sumber: International federation of periodical publisher

Spotify memiliki 144 juta pelanggan berbayar (paid subscriber) global hingga akhir 2020. Jumlah itu merupakan yang paling banyak dibandingkan layanan sejenis lainnya. Pesaing terdekat Spotify adalah Apple Music dengan 68 juta pelanggan berbayar. Selanjutnya, Amazon Prime Music dengan 55 juta pelanggan dan Tencent Music 51,7 juta pelanggan. Sirius XM dan YouTube Music Premium masing-masing punya 34,4 juta dan 30 juta pelanggan. Sementara, jumlah pelanggan berbayar di layanan streaming musik lainnya cenderung rendah. Misalnya, Deezer sebanyak 7 juta pelanggan,

Pandora 6,3 juta pelanggan, Tidal 3 juta pelanggan, dan Anghami 1 juta pelanggan.

TABEL 1.1
PERBEDAAN SPOTIFY & JOOX

Spotify Free User	Joox Free User
<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses Gratis: ada, dengan iklan 2. Free trial: 30 hari 3. Berlangganan: Rp 49.990 per bulan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses Gratis: ada, namun akses lagu terbatas 2. Free trial: 30 hari 3. Berlangganan: Rp 25.000 per minggu atau Rp 49.000 per bulan.
Spotify Premium	Joox VIP
<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses tanpa batas, bisa diputar offline, ada fitur lirik lagu 2. Metode Pembayaran: kartu kredit, transfer bank, Alfamart 3. Koleksi: 30 juta lagu 4. Kualitas audio: Hingga 320 kbps 5. Aplikasi: iOS, Android, Windows, Mac, PlayStation, Chromecast 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses tanpa batas, diputar offline, ada fitur lirik lagu 2. Metode Pembayaran: kartu kredit Play Store & App Store, billing Telkomsel, kode kupon. 3. Koleksi: Lebih dari 5 juta lagu. 4. Kualitas audio: hingga 320 kbps. 5. Aplikasi: iOS, Android, Web

Sumber: DetikInet diolah penulis

Dari semua *compare* di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa kedua aplikasi musik di atas memiliki kelebihan dan kelemahannya masing masing. Spotify lebih unggul di segi performa yang ringan dan tampilan yang sederhana. Belum lagi Lagu yang disediakan oleh Spotify sangat banyak, Sekitar 30+ lagu tersedia dalam list musik mereka. Tidak lupa, Spotify juga memiliki fitur tangga lagu yang sangat penting karena fitur ini dapat mempermudah kita untuk mendengarkan musik yang terbaik saat ini. Dan tidak lupa, Spotify juga memiliki Katalog Musik yang bagus apalagi kategori MOOD nya yang dapat mempermudah kita dalam memilih lagu sesuai keadaan pengguna Spotify. Kelebihan yang paling menonjol yaitu dari segi

interfacenya yang simple sehingga pengguna bisa dengan mudah menggunakannya.

Iklan promosi di aplikasi spotify memiliki suara yang cukup keras hal ini dilakukan agar pengguna spotify merasa terganggu dan memilih untuk beralih ke fitur premium, oleh karena itu spotify menambahkan iklan promosi yaitu dengan menggunakan online banner ads terhadap aplikasi spotify agar pengguna tidak terganggu dengan suara yang ada pada iklan aplikasi spotify. Online Banner Ads adalah bentuk iklan yang menggunakan jaringan internet. Sama seperti baliho luar ruang, yakni dapat menyampaikan pesan atau pengingat secara singkat dan padat serta mengkomunikasikan dengan cepat. Selain itu banner ads mampu menjadikan merek kuat, kehadirannya diterima, citra dan sikap.

Online Banner ads memiliki suatu bentuk, ukuran, isi dan penempatan yang harus diperhatikan agar dapat dilirik oleh para pengunjung website. Perusahaan juga harus menempatkan banner ads pada website-website yang sering dikunjungi, dengan harapan frekuensi pengunjung untuk meng-klik banner tersebut menjadi semakin besar. Selain itu, perusahaan juga harus memperhatikan isi dari banner ads yang mereka milik agar terlihat menarik sehingga menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut.

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengonsumsi yang timbul dari para pelanggan (Amnericha, Yulianeu, & Cicik, 2016). Minat pelanggan untuk membeli ulang pada suatu produk merupakan suatu ukuran keberhasilan dari suatu perusahaan (Hermanto & Cahyadi, 2015). Menurut Kusuma dan Suharnomo (2015) minat beli diartikan sebagai sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya. Rangsangan tersebut menimbulkan ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar bisa memilikinya. Minat beli ulang terbentuk setelah

pelanggan melakukan pembelian produk atau jasa. Minat beli ulang muncul karena adanya perasaan positif dan dan merasakan kepuasan terhadap suatu produk dan pelanggan tersebut melakukan pembelian kembali terhadap suatu produk tersebut.

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa Spotify adalah aplikasi streaming musik dengan pengguna terbanyak di Indonesia. Berdasarkan fakta dan fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui banner ads terhadap minat beli, maka penulis mengambil judul penelitian ini Pengaruh Online Ads Spotify Premium terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jakarta (Survey pada Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019)

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana perkembangan musik saat ini?
2. Bagaimana perkembangan aplikasi streaming musik saat ini?
3. Bagaimana Spotify mempromosikan Iklannya?
4. Bagaimana Pengaruh online ads spotify?
5. Adakah minat beli masyarakat terhadap spotify premium?
6. Pengaruh Online Ads Spotify Premium terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jakarta Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019

C. Pembatasan Masalah

Adapun pembatasan masalah penelitian ini adalah “Pengaruh Online Ads Spotify Premium terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jakarta (Survey pada Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019)”

D. Rumusan Masalah

Dari uraian masalah yang dikemukakan dalam latar belakang masalah, maka rumusan masalah penelitian adalah adakah dan seberapa besar Pengaruh Online Ads Spotify Premium terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jakarta Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur:

1. Pengaruh online ads Spotify Premium
2. Minat beli Spotify premium
3. Seberapa besar Pengaruh online Ads Spotify Premium Terhadap Minat Beli di Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta Angkatan 2019

F. Manfaat Penelitian

Setelah hasil penelitian ini diperoleh, hasil penelitian tersebut diharapkan dapat memenuhi tujuan penelitian yang dirumuskan sebelumnya, maka hasil penelitian tersebut akan memiliki signifikansi sebagai berikut:

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, informasi, sumbangan pemikiran dan bahan kajian dibidang Ilmu Komunikasi bidang periklanan khususnya pengetahuan mengenai online ads dan minat beli.

2. Secara Praktis

Dengan adanya penelitian ini dapat menjadi bahan masukan/sumbangan pemikiran berupa gagasan atau ide bagi para praktisi periklanan iklan internet yang dapat menarik perhatian, memberikan stimulus target audience terhadap minat beli.