

**PENGARUH VIRAL MARKETING SPOTIFY WRAPPED TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN SPOTIFY INDONESIA USIA 18-34 TAHUN**
**(Studi Kuantitatif Eksplanatif pada *Followers* Akun Instagram Spotify
Indonesia @spotifyid)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
(S.I.Kom)**

Oleh

YOLA NIKO PRAJNADIPA

180906598

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH VIRAL MARKETING SPOTIFY WRAPPED TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN SPOTIFY INDONESIA USIA 18-34 TAHUN**

(Studi Kuantitatif Eksplanatif pada *Followers* Akun Instagram Spotify

Indonesia @spotifyid)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar

S.Ikom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

YOLA NIKO PRAJNADIPA

180906598/KOM

Disetujui oleh:

Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : “Pengaruh *Viral Marketing* Spotify *Wrapped* Terhadap Loyalitas Pelanggan Spotify Indonesia Usia 18-34 Tahun (Studi Kuantitatif Eksplanatif pada *Followers* Akun Instagram Spotify Indonesia @spotifyid)”

Penyusun : Yola Niko Prajnadipa

NPM : 180906598

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari/Tanggal : Rabu, 29 Juni 2022

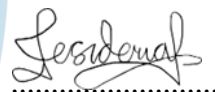
Pukul : 11:00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran 3, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Desideria Cempaka Wijaya M., S.Sos., M.A.

Penguji Utama



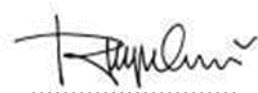
Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom

Penguji I



Ranggabumi Nuswantoro, M.A.

Penguji II



Ranggabumi Nuswantoro, M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Yola Niko Prajnadipa
NPM : 180906598
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : PENGARUH VIRAL MARKETING SPOTIFY WRAPPED
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SPOTIFY
INDONESIA USIA 18-34 TAHUN
(Studi Kuantitatif Eksplanatif pada Followers Akun Instagram
Spotify Indonesia @spotifyid)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 24 Juli 2022

Saya yang menyatakan



Yola Niko Prajnadipa

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kuasa Tuhan Yang Maha Esa karena atas kuasa-Nya telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh *Viral Marketing* Spotify *Wrapped* Terhadap Loyalitas Pelanggan Spotify Indonesia Usia 18-34 Tahun” dengan lancar dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dan memberikan wawasan terkait pengaruh *viral marketing* terhadap loyalitas pelanggan, serta memberikan pemahaman kepada perusahaan di industri *platform streaming* musik ataupun *brand* lainnya yang ingin membuat *viral marketing* yang berdampak pada loyalitas pelanggan. Penyelesaian skripsi tentu tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan banyak pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Sang Triratna, Para Buddha dan Bodhisattva atas berkah dan karunia-Nya, peneliti diberikan kekuatan dan semangat sehingga dapat menyelesaikan studi dengan lancar.
2. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan finansial dan mental selama penelitian skripsi berlangsung hingga berakhir.
3. Bapak Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom, dan Ibu Ina Nur Ratriyana, SIP, M.A., sebagai dosen pembimbing yang memberikan saran serta masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh teman-teman terdekat penulis yang meluangkan waktunya untuk memberikan dukungan mental dan semangat kepada penulis.

5. Para responden yang menyediakan waktu untuk membantu penulis dalam mengumpulkan data penelitian.
6. Ariana Grande sebagai penyanyi favorit penulis yang lagu-lagunya menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, saran, kritik, dan masukan yang membangun akan sangat berguna bagi penulis sebagai peneliti.

Semarang, 18 Juni 2022

YOLA NIKO PRAJNADIPA

180906598/ KOM

**PENGARUH VIRAL MARKETING SPOTIFY WRAPPED TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN SPOTIFY INDONESIA USIA 18-34 TAHUN**

**(Studi Kuantitatif Eksplanatif pada *Followers* Akun Instagram Spotify
Indonesia @spotifyid)**

ABSTRAK

Di tengah ketatnya persaingan industri layanan *streaming* musik, Spotify sebagai salah satu *platform streaming* musik menghadirkan *viral marketing* berupa Spotify *Wrapped* sebagai upaya untuk mempertahankan loyalitas pelanggannya. Spotify *Wrapped* memungkinkan para penggunanya melakukan kilas balik aktivitas mendengarkan lagu selama satu tahun terakhir dan membagikannya ke media sosial.

Penelitian dilakukan dengan menerapkan metode survei sehingga penelitian ini berjenis studi kuantitatif eksplanatif. Survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara daring yang dibuat melalui fitur daring oleh Google: *Google Form*. Syarat-syarat responden untuk dapat mengisi kuesioner adalah sebagai berikut: (1) pengguna aktif berlangganan Spotify (Spotify Premium); (2) mengikuti *viral marketing* Spotify *Wrapped* dengan menyebarkannya di media sosial Instagram; (3) mengikuti akun Instagram Spotify Indonesia: @spotifyid; (4) berusia 18-34 tahun; (5) berdomisili di seluruh wilayah Indonesia.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji, menganalisis, dan mengetahui pengaruh *viral marketing* Spotify *Wrapped* terhadap loyalitas pelanggan Spotify berdasarkan kuesioner yang telah diisi para responden. Hasil penelitian dari 100 responden pengikut Instagram Spotify Indonesia @spotifyid yang merupakan pelanggan Spotify, membuktikan bahwa terdapat pengaruh Kuat *viral marketing* Spotify *Wrapped* terhadap loyalitas pelanggan Spotify Indonesia.

Kata Kunci: *Viral Marketing*, Loyalitas Pelanggan, Spotify *Wrapped*, Spotify.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR GRAFIK.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kerangka Teori	6
1. <i>Source-Message-Channel-Receiver</i> (SMCR).....	6
2. <i>Viral Marketing</i>	9
3. Loyalitas Pelanggan	15
F. Kerangka Konsep.....	19
G. Definisi Operasional	22
H. Metodologi Penelitian.....	24
1. Metode Penelitian.....	24
2. Jenis Penelitian.....	24
3. Populasi	25
4. Sampel.....	26
5. Metode Pengumpulan Data	29
6. Metode Pengukuran Data	30
7. Metode Analisis Data	31
BAB II.....	32
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	32
A. Gambaran Umum Pengikut Akun Instagram Spotify Indonesia	32
B. Gambaran Umum Spotify	33
C. <i>Spotify Wrapped</i>	36

BAB III	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Hasil Penelitian	39
B. Pembahasan.....	73
BAB IV	79
KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	83



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	20
Tabel 3.1.	36
Tabel 3.2.	38
Tabel 3.3.	39
Tabel 3.4.	40
Tabel 3.5.	40
Tabel 3.6.	44
Tabel 3.7.	42
Tabel 3.8.	42
Tabel 3.9.	43
Tabel 3.10.	44
Tabel 3.11.	44
Tabel 3.12.	45
Tabel 3.13.	46
Tabel 3.14.	46
Tabel 3.15.	47
Tabel 3.16.	48
Tabel 3.17.	48
Tabel 3.18.	49
Tabel 3.19.	49
Tabel 3.20.	50
Tabel 3.21.	51
Tabel 3.22.	51
Tabel 3.23.	52
Tabel 3.24.	53
Tabel 3.25.	54
Tabel 3.26.	57
Tabel 3.27.	60

Tabel 3.28.	62
Tabel 3.29.	65
Tabel 3.30.	66
Tabel 3.31.	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	7
Gambar 1.2.	22
Gambar 2.1.	30
Gambar 2.2.	32
Gambar 2.3.	32
Gambar 2.4.	33
Gambar 2.5.	34
Gambar 2.6.	35
Gambar 5.1.	86
Gambar 5.2.	87
Gambar 5.3.	87
Gambar 5.4.	88
Gambar 5.5.	88
Gambar 5.6.	89
Gambar 5.7.	89
Gambar 5.8.	89

DAFTAR GRAFIK

Grafik 3.1.	37
------------------	----