



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

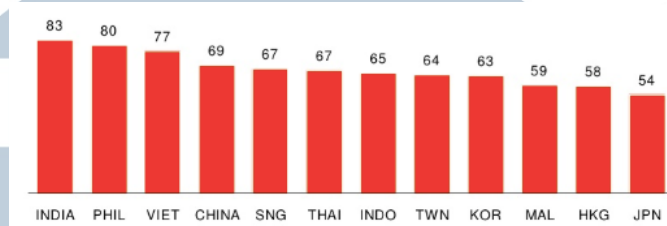
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat luas menganggap musik sebagai bahasa universal karena masyarakat menggunakan musik sebagai alat mewarisi budaya, alat komunikasi atau penyampaian perasaan dan pendapat, juga sebagai sarana hiburan. Menurut Ortiz (Baidah, 2010, p. 1-8) musik adalah alunan nada yang keluar melalui susunan irama tertentu, suara tersebut membantu membentuk pola belajar, mengatasi kebosanan dan dapat mencegah kebisingan yang berasal dari luar. Pengertian lain dari Kamus Besar Bahasa Indonesia *online* mengartikan musik sebagai nada yang disusun yang mengandung lagu, irama, dan keharmonisan (terutama dari alat-alat yang menghasilkan bunyi-bunyi). Musik sendiri memiliki beberapa jenis seperti Hip Hop, Pop, Jazz, Blues, Reggae, Rock dan lainnya.

Musik dinilai sebagai bagian penting dalam kehidupan masyarakat secara global. Hal tersebut juga berlaku di Indonesia, berdasarkan riset yang dilakukan oleh Synovate Research Invented dengan judul riset Music Matter Consumer Survey tahun 2009, memaparkan data bahwa Indonesia berada di posisi ke-7 dengan hasil 65% masyarakat yang menilai musik penting dalam hidupnya. Riset ini dilakukan di beberapa negara yang ada di Asia dengan populasi penelitian sebanyak 8,841 dan dengan rentang umur 15-24 tahun.

Gambar 1. 1 Persentase Musik Menjadi Bagian Penting dalam Kehidupan

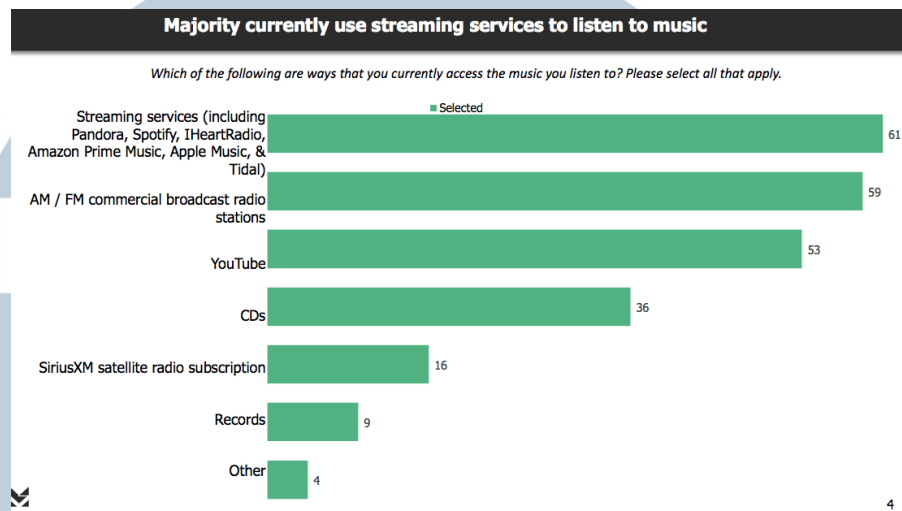


Sumber: Music Matter Survey (Synovate Young Asian, 2009, p. 11)

Sebelum adanya internet, manusia menggunakan alat yang berguna untuk menyimpan atau memutar musik yang mereka inginkan seperti gramofon, *turntable*, kaset, *Walkman*, CD dan MP3. Alat-alat tersebut merupakan alat konvensional dengan tampilan yang besar dan membutuhkan memori. Namun di era perkembangan teknologi komunikasi, masyarakat mulai beralih menggunakan aplikasi pemutar dan penyimpanan musik berbasis *online* yang hanya membutuhkan akses internet untuk memutar dan menyimpan musiknya. Fenomena mendengarkan musik secara *online* ini telah mengubah pemutar musik konvensional seperti kaset, *Walkman*, CD, dan MP3 menjadi pemutar musik secara *online* atau disebut dengan *music streaming applications*.

MusicFIRST Coalition bekerja sama dengan Morning Consult melakukan sebuah survei di Amerika pada tahun 2018, sampel yang diambil sebanyak 2,201 dengan rentang umur 18-34 atau dikategorikan sebagai generasi milenial. Dari survei tersebut ditemukan (musicFirst, 2018) bahwa sebanyak 61% responden beralih menggunakan *music streaming applications*. Peralihan menggunakan *music streaming applications* ini disebabkan oleh adanya akses terhadap internet.

Gambar 1. 2 Aplikasi Musik *Streaming* yang digunakan di Amerika Serikat

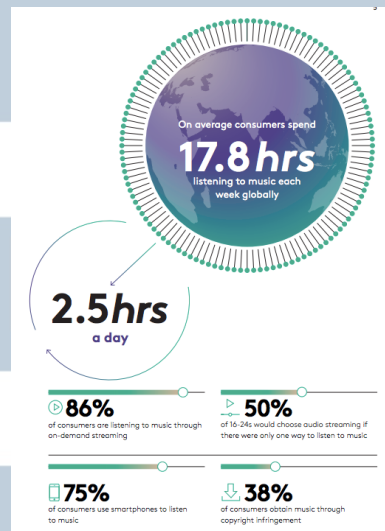


Sumber: musicFirst (2018, p. 4)

Data yang lebih luas mengenai fenomena peralihan musik konvensional ke musik *streaming* dikeluarkan oleh IFPI yang merupakan organisasi *non-profit* yang berasal dari Swiss dan fokus terhadap industri rekaman. Survei tersebut dilakukan pada tahun 2018 di 18 negara seperti Australia, Jepang, Jerman, Rusia, Korea Selatan, Amerika, Inggris dan beberapa negara lain, sampel yang digunakan adalah sebanyak 19,000 orang. Data tersebut memaparkan bahwa 17,8 jam digunakan oleh masyarakat global untuk mendengarkan musik dan 86% partisipan mendengarkan musik secara *streaming*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

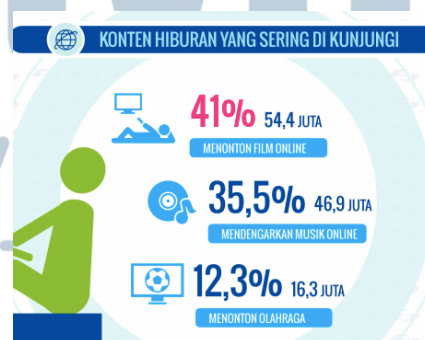
Gambar 1. 3 Konsumsi Musik (jam) dan Melalui *Streaming*



Sumber: IFPI (2018 p. 5)

Masuk ke lingkup Indonesia sebagai negara berkembang dan juga menempati posisi ke-7 negara yang menganggap musik penting, masyarakat juga mulai beralih menggunakan *music streaming applications*. Menurut data yang didapatkan dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2016) memaparkan dari 132,7 juta penduduk yang menggunakan internet, sebanyak 35,5% atau 46,9 juta pengguna memilih untuk mendengarkan musik *online*.

Gambar 1. 4 Persentase Mendengarkan Musik *Online/Streaming*



Sumber: APJII (2016, p. 23)

Memperkuat data yang dikeluarkan APJII, sebuah survei yang dilakukan oleh DailySocial.id bekerja sama dengan JakPat Mobile Survey pada tahun 2018 dengan total 1955 responden. Memperlihatkan sebanyak 85% responden menyatakan mendengarkan musik *streaming* atau *online* dalam enam bulan terakhir. DailySocial.id juga memaparkan data bahwa 52% responden mendengarkan musik dengan menggunakan layanan/aplikasi musik *streaming* berbayar dan sebanyak 56,21% responden mendengarkan musik dengan menggunakan akses gratis layanan musik *streaming*. Sedangkan untuk para penggunanya dapat dijelaskan oleh hasil Survei yang dilakukan Alvara Research Center tahun 2014 (Wahyuni, 2018, p. 8) yang memaparkan bahwa masyarakat yang menggunakan *music streaming applications* tersebut kebanyakan berusia 15-24 yang yang cenderung memilih topik pembicaraan seperti olahraga, film, teknologi terbaru dan musik dalam berbagai jenis.

Data di atas menunjukkan adanya peralihan masyarakat menggunakan *music streaming applications*. Seperti yang telah diketahui bahwa ada beberapa *music streaming applications* yang telah beredar di tengah masyarakat, seperti yang dilansir dari IDN Times, ada delapan aplikasi terbaik untuk *streaming* musik di iOS dan Android adalah Google Play Music, Spotify, Apple Music, Youtube Music, Amazon Music, Vevo, Soundcloud, dan JOOX. Dari kedelapan *music streaming applications* tersebut ada dua aplikasi yang dinilai lebih unggul yaitu JOOX dan Spotify yang akan dibahas dalam penelitian ini.

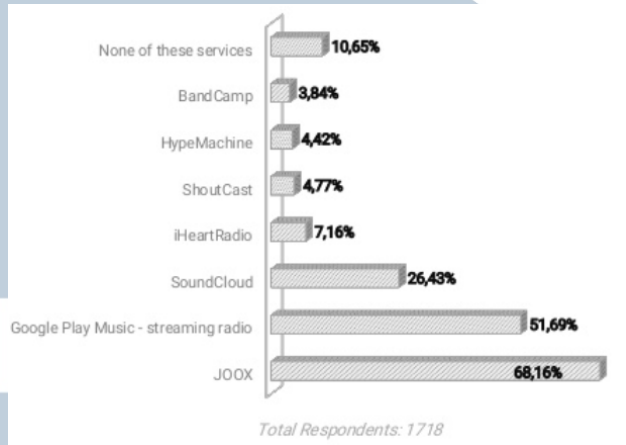
JOOX merupakan *music streaming application* yang berasal dari Tiongkok, China. JOOX yang berasal dari kata “*jukebox*” diluncurkan di Indonesia pada

bulan Oktober 2015 oleh Tencent Holdings Ltd., perusahaan yang juga ada dibalik WeChat. Dengan slogan “Live Your Music”, dilansir dari situs web resminya JOOX memiliki beberapa fitur yang menarik bagi penggunanya. Muncul sebagai *music streaming applications* gratis, namun JOOX juga menawarkan JOOX VIP berbayar dengan berbagai fitur yang lebih dibandingkan fitur gratisnya.

Sama-sama menggunakan warna hijau, Spotify yang merupakan kompetitor terkuat JOOX merupakan *music streaming applications* yang berasal dari Swedia, dikembangkan oleh Spotify AB di Swedia dan dirilis pada Oktober tahun 2008. Di Indonesia sendiri Spotify dirilis dan diakses pada Maret 2016. Seperti yang dikutip dari situs web resmi Spotify, ada beberapa fitur yang ditawarkan dan tidak jauh berbeda dengan JOOX. Spotify juga dikenal sebagai *music streaming applications* gratis, namun juga tersedia Spotify Premium berbayar. Perbedaan antara akun gratis dan akun berbayarnya terletak pada jeda iklan yang sering muncul di sela-sela pemutaran lagu yang sedang didengarkan dan juga beberapa keuntungan lainnya.

Kedua aplikasi ini terlihat tidak jauh berbeda dari segi penampilan dan fitur yang ditawarkan kepada pengguna. Namun, menurut survei yang dilakukan oleh DailySocial.id, memperlihatkan bahwa JOOX menempati peringkat pertama sebagai *music streaming applications* gratis yang dipilih oleh 1,718 responden dengan total 68,16%.

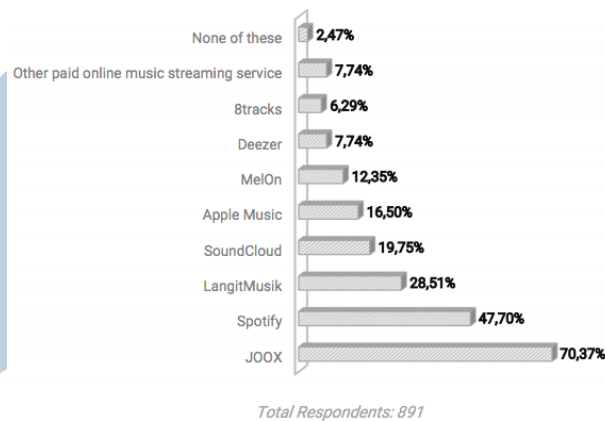
Gambar 1. 5 Persentase Pengguna *Music Streaming Applications* Gratis



Sumber: DailySocial.id (2018, p. 5)

Begitupun untuk *music streaming applications* berbayar, peringkat pertama diduduki oleh JOOX dengan total 70,37% dari 891 responden seperti yang disertakan dalam gambar 1.6.

Gambar 1. 6 Persentase Pengguna *Music Streaming Applications* Berbayar



Sumber: DailySocial.id (2018, p. 6)

Temuan fakta di atas menjelaskan bahwa JOOX menempati peringkat pertama dan disusul oleh Spotify di peringkat kedua sebagai *music streaming applications* di Indonesia. Ada beberapa faktor yang menjadi alasan JOOX dan

Spotify menjadi aplikasi yang diminati oleh masyarakat Indonesia, seperti adanya pengetahuan terhadap merek, pengalaman baik terhadap merek, kepuasan terhadap merek, kesetiaan terhadap merek dan pemenuhan kebutuhan konsumen. Pada penelitian ini akan melihat dua faktor yaitu citra merek (*brand image*) yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).

Brand image dinilai penting dan harus dikelola dengan baik oleh para penyedia jasa atau pun produk karena dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menurut Oliver (Tjiptono, 2007, p. 196) adalah sebuah penilaian adanya tingkat pemenuhan yang ada kaitannya dengan tingkat *under-fulfillment* dan *over-fulfillment* yang menyenangkan dari sebuah fitur produk atau jasa. Sedangkan menurut Westbrook (Tjiptono, 2007, p. 197) kepuasan pelanggan adalah sebuah penilaian evaluatif secara global terhadap pemakaian atau konsumsi suatu produk. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang penting.

Oleh karena itu, penelitian ini akan meneliti pengaruh *brand image music streaming applications* JOOX dan Spotify terhadap *customer satisfaction* dikalangan mahasiswa Jakarta. Kalangan mahasiswa dipilih karena dapat mewakili para pengguna *music streaming applications*, dimana dari data riset MusicFirst rentang umurnya adalah 18-34 sedangkan riset Alvara Research Center rentang umurnya 15-24. Maka penelitian ini akan mengambil rentang umur 18-24 tahun dan merupakan rentang usia pada kebanyakan mahasiswa. Sedangkan wilayah Jakarta dipilih karena Jakarta merupakan ibu kota Indonesia

yang akan menerima paparan perubahan lebih dulu dibandingkan dengan kota-kota lain di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Telah dijelaskan diatas bahwa seiring dengan perkembangan zaman ke era digital, masyarakat memilih *music streaming applications* JOOX dan Spotify sebagai media untuk mendengarkan musik. Berdasarkan latar belakang beralihnya masyarakat menggunakan *music streaming applications* JOOX dan Spotify tersebut maka penelitian ini ingin melihat adanya pengaruh *brand image music streaming applications* JOOX dan Spotify terhadap *customer satisfaction*nya.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, pada penelitian ini pernyataan penelitian ini sebagai berikut:

- 1.3.1 Apakah terdapat pengaruh *brand image music streaming applications* JOOX dan Spotify terhadap *customer satisfaction* pengguna?
- 1.3.2 Seberapa besar pengaruh *brand image music streaming applications* JOOX dan Spotify terhadap *customer satisfaction* pengguna aplikasi?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang berkaitan dengan rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut:

- 1.4.1 Mengetahui pengaruh *brand image music streaming applications* JOOX dan Spotify terhadap *customer satisfaction* pengguna aplikasi
- 1.4.2 Mengetahui seberapa besar pengaruh *brand image music streaming* JOOX dan Spotify *applications* terhadap *customer satisfaction* pengguna aplikasi

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan akan berguna dalam perkembangan ilmu komunikasi khususnya peminatan *Public Relations*, di mana seorang praktisi *Public Relations* dapat mengembangkan dan mengelola *customer satisfaction* yang timbul akibat pengaruh *brand image* perusahaan atau penyedia layanan jasa/produk.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan *insight* bagi *music streaming applications* JOOX dan Spotify untuk mengkaji pengaruh yang ditimbulkan oleh *brand image* hasil persepsi para penggunanya terhadap kepuasan pelanggan/penggunanya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.5.3 Manfaat Sosial

Menyumbangkan pemikiran dan pertimbangan bagi masyarakat luas tentang dalam menentukan atau memilih *music streaming applications* yaitu JOOX dan Spotify yang akan dipilih dan digunakan.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat apakah ada pengaruh variabel *brand image* terhadap *customer satisfaction* sebagai variabel Y. Namun dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat kendala-kendala seperti kendala ide, kendala akomodasi, kendala finansial, kendala tenaga, dan beberapa kendala lainnya. Oleh karena itu dalam penelitian ini akan dibuat batasan-batasan yang diperlukan. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah penelitian ini akan dilakukan kepada mahasiswa di universitas-universitas yang ada di Jakarta dengan rentang umur 18-24 tahun dan mahasiswa yang pernah atau sedang menggunakan *music streaming applications* JOOX dan Spotify dalam kesehariannya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A