

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi digital membuat banyak orang mengubah kebiasaan mereka dalam mendengarkan musik. Dahulu orang banyak yang mendengarkan musik melalui Radio, MP3, kaset, CD, atau piringan hitam (*vinyl*) yang harus diputar melalui gramofon. Kini, orang lebih praktis menggunakan layanan *music streaming* seperti Spotify yang menjadi pilihan utama karena dinilai lebih praktis, mudah digunakan, bisa diputar di mana saja, dan sesuai dengan gaya hidup digital. Tentunya dengan karakteristik penggunaan Spotify tersebut, kita tahu bahwa Generasi Z merupakan pengguna yang lebih sering menggunakan layanan ini. Karena pada umumnya, kalangan Generasi Z merupakan orang-orang yang menyukai hidup praktis, dan tidak ingin mengambil suatu hal yang dianggap rumit untuk mereka (Yolanda et al., 2024).

Dengan berkembangnya era digital juga membawa perubahan besar, khususnya didalam industri musik. Adanya perkembangan dari segi *platform streaming* musik ini telah merubah cara seseorang dalam menggunakan musik, dari yang sebelumnya berfokus pada benda fisik menjadi media digital yang terbuka, mudah diakses, dan fleksibel (Wang, 2023). Pengertian tersebut dapat dijelaskan dengan produksi musik yang tidak hanya berfokus pada bentuk fisik berupa kaset ataupun gramofon diatas, tetapi juga dapat dimuat dan disebarakan melalui berbagai *platform* digital seperti Spotify, Joox, YouTube, dan lain lain. Dengan adanya bantuan di era digital ini, membuat *platform streaming music* memudahkan para pengguna dalam menemukan lagu-lagu yang ingin mereka dengarkan maupun mereka akses. Tidak hanya itu, tapi juga kemudahan ini yang menciptakan *experience* ataupun pengalaman baru bagi para pengguna dalam mendengarkan musik sehingga lebih terasa personal dan efektif untuk didengarkan oleh para pengguna *platform streaming music*.

Di era digital seperti saat ini, musik memiliki peran yang penting bagi seseorang, khususnya Generasi Z. Mereka menggunakan musik tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai bentuk cara mereka dalam mengekspresikan diri terkait apa yang mereka rasakan. Hal itu juga dapat membangun identitas diri dan membangun relasi dengan orang lain. Dengan kata lain, Generasi Z telah menjadikan musik sebagai salah satu media untuk menyalurkan perasaan mereka, karena musik mampu memberikan rasa pengertian mendalam yang sesuai dengan kondisi mereka. Hal tersebut tentu telah menjelaskan bahwa memang musik bukan hanya sekadar hiburan, melainkan juga sebagai sebuah media komunikasi yang dirasakan oleh Generasi Z (Yesa et al., 2025)

Generasi Z merupakan generasi yang tumbuh dari lingkungan yang serba digital sejak kecil, itulah mengapa Generasi Z sangat dekat dengan teknologi modern seperti internet maupun sosial media (Seemiller & Grace, 2016). Tidak hanya Seemiler dan Grace saja yang berpendapat demikian, tetapi juga ada pendapat dari Bhatia dan Pathak-Shelat pada bukunya yang berjudul “Generasi Z, *Digital Media dan Transcultural Lives: At Home in the World*”. Buku tersebut menjelaskan bahwa Generasi Z ini berkembang bersama dengan tekonlogi digital, sehingga memiliki kedekatan yang kuat dengan internet, media sosial, dan berbagai *platform* digital lainnya. Adanya kedekatan tersebut membuat Generasi Z bukan lagi harus beradaptasi, melainkan sudah menjadikan teknologi sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari mereka (Bhatia, 2023)

Fenomena ini memiliki alur yang sama dan dapat berkaitan dengan konsep dari komunikasi interpersonal, karena pesan tidak disampaikan melalui kata-kata, tetapi juga melalui cara non verbal yang dapat mengekspresikan diri seseorang terkait perasaan yang sedang mereka rasakan. Berdasarkan survei Lenovo yang diterbitkan pada *website* resmi New York Post (2024), menunjukkan bahwa 53% dari 2000 responden Generasi Z merasa lebih mudah dalam mengekspresikan diri mereka di dunia digital dibandingkan dengan secara langsung. Lalu sebanyak 46% juga mengaku bahwa adanya perbedaan diri yang mereka tampilkan ketika menggunakan media digital dan kehidupan secara langsung. Adanya temuan ini menunjukkan bahwa dunia digital dapat dijadikan sebagai tempat para Generasi Z

untuk menampilkan dan membentuk identitas diri serta mengungkapkan perasaan yang sulit untuk mereka ungkapkan secara langsung.

Selain itu, terdapat juga laporan dari *website* resmi The Guardian (2026) yang menjelaskan adanya fenomena *fear of being cringe*, yaitu rasa takut yang dianggap memalukan atau mendapat penilaian negatif ketika seseorang menunjukkan dirinya secara terbuka. Kondisi ini yang membuat para Generasi Z menjadi lebih berhati-hati dan kesulitan dalam mengekspresikan diri mereka. Akibatnya, banyak dari mereka yang memilih cara untuk mengekspresikan diri secara nonverbal khususnya melalui media digital yang mereka gunakan.

Dalam konteks tersebut, musik menjadi salah satu media yang dapat digunakan untuk menyampaikan perasaan dan identitas diri mereka. Melalui Spotify, khususnya fitur *playlist* ini, pengguna akan lebih leluasa dalam mengekspresikan diri serta membentuk identitas diri mereka. Hal ini juga menunjukkan kalau musik memiliki peran yang sangat vital karena dapat memberikan rasa emosional dan pengalaman dari pribadi seseorang yang mungkin sulit untuk diungkapkan secara langsung dari orang tersebut (Prawitasllri, 2016). Dengan demikian, *playlist* dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi non verbal yang memungkinkan pengguna dalam menyampaikan perasaan maupun makna tertentu kepada orang lain.

Generasi Z yang menjadi fokus pada penelitian ini juga memiliki peran penting didalamnya. Hal ini terjadi karena kita dapat melihat seberapa efektif *platform streaming* musik ini, khususnya oleh para Generasi Z dalam menggunakan *platform streaming* musik. Dalam kasus ini, Spotify sebagai salah satu *platform streaming* musik ternama telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari manusia. Spotify dapat menemani keseharian dan menjadi tempat untuk mengekspresikan diri mereka mengenai suasana hati yang mereka rasakan. Generasi Z juga menjadikan musik sebagai sebuah cara berkomunikasi yang bersifat personal maupun sosial. Tentu hal tersebut dapat mendukung pernyataan bahwa perkembangan teknologi digital dalam dunia musik ini tidak hanya mengubah cara Generasi Z untuk mendengarkan musik, tetapi juga dapat memahami lebih dalam bahkan ikut merasakan apa yang mereka sedang rasakan, sehingga mereka dapat mengekspresikan diri melalui adanya musik ini (Delliana

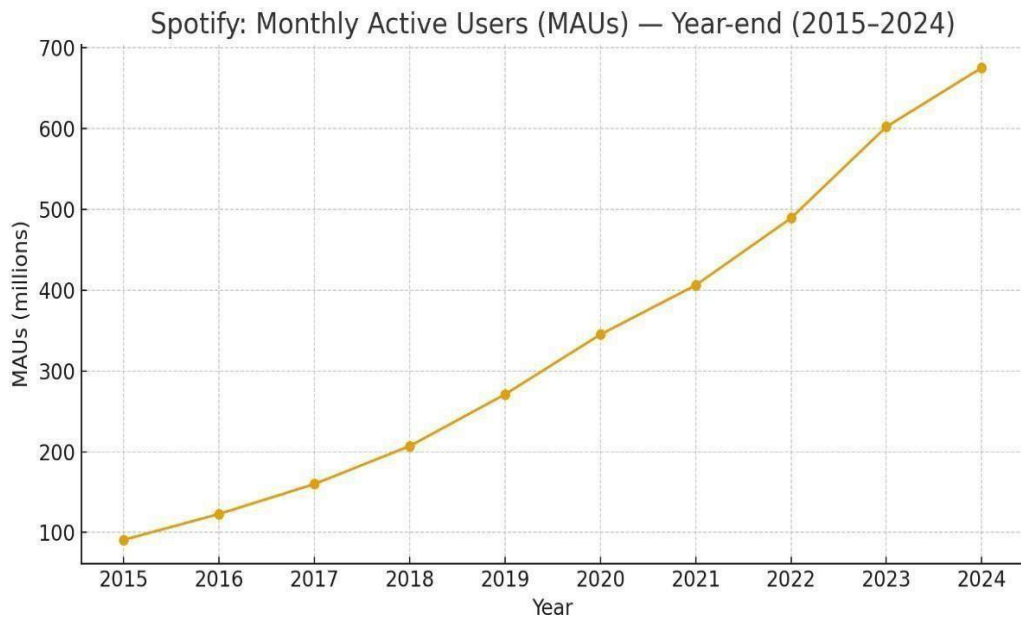
et al., 2024)

Perubahan yang terjadi karena perkembangan zaman ini tidak lepas dari adanya transformasi komunikasi digital. Dalam konteks ini, personalisasi dari konten memiliki bagian yang penting dalam membangun sebuah relasi antara pengguna dengan media. Kalangan Generasi Z menggunakan *playlist* Spotify sebagai sebuah sarana untuk mereka dalam menyusun lagu-lagu yang akan mempresentasikan identitas diri mereka dan bagaimana orang ingin melihat mereka sesuai dengan apa yang mereka bentuk. Fenomena tersebut dapat dipahami melalui pemahaman *strategic communication* yang menekankan pada bagaimana seseorang mengelola pesan secara sadar dan terencana untuk menyampaikan pesan serta membentuk persepsi tertentu pada seseorang (Andersson, 2024).

Dengan mengonsumsi musik melalui *playlist* Spotify dapat menjadi bagian dari pembentukan identitas diri seseorang dalam dunia digital (Rahmasari et al., 2021). Hal itu juga sejalan dengan (Surendra et al., 2025) bahwa generasi muda cenderung menggunakan alat digital untuk membangun citra diri yang mereka inginkan. Dengan menyusun *playlist* berdasarkan lagu tertentu, hingga memberikan judul *playlist* yang estetik ini tidak hanya dipahami sebagai aktivitas mendengarkan musik, tetapi juga sebagai bentuk *self presentation* dan *micro personal branding*. Dengan ini, pengguna sadar dalam mengkomunikasikan suasana hati, pengalaman maupun karakter mereka melalui *playlist* yang telah mereka bentuk.

Dengan berbagai pendalaman terkait Generasi Z, bentuk mengekspresikan diri Generasi Z di era digital, hingga berfokus dalam dunia musik ini. Peneliti juga menambahkan data terkait pengguna Spotify dari tahun ke tahun. Hal ini diberikan agar memperkuat data karena Spotify dianggap menjadi salah satu *platform streaming* musik yang terpercaya dan kerap kali digunakan oleh kalangan Generasi Z. Generasi Z adalah generasi yang tumbuh bersama dengan perkembangan media digital dan berbasis internet, sehingga memiliki hubungan yang sangat kuat dengan *platform streaming* musik (Bhatia, 2023). Hal ini menjadikan *platform* musik tidak hanya sebagai sebuah hiburan, tetapi juga tempat untuk mengekspresikan diri,

bertumbuh dan berkembang bersama dengan layanan *streaming* digital ini. Pada kasus ini, khususnya Spotify, tentu dianggap sangat perlu untuk menampilkan data pengguna. Hal ini dikarenakan dapat mendukung penelitian terkait seberapa banyak orang mengakses dan menjadi pengguna didalam aplikasi tersebut.



Gambar 1.1 Jumlah *Monthly Active Users (MAUs)* Spotify (*Q4 Year-End, 2015–2024*).

Sumber : Data Olahan Peneliti, berdasarkan *website* Spotify (2026)

Berdasarkan data yang diberikan oleh *website* resmi Spotify, menunjukkan bahwa pertumbuhan *Monthly Active Users (MAUs)* yang cukup konsisten dari tahun ke tahun. Tercatat bahwa pada akhir tahun 2015, jumlah pengguna Spotify ada sebanyak 91 juta orang. Angka tersebut terus meningkat dari tahun ke tahun, hingga pada akhir tahun 2024 tercatat bahwa ada 675 juta pengguna aktif Spotify. Tentu dengan adanya kenaikan dan konsistensi dari Spotify ini membuktikan bahwa dirinya merupakan layanan musik *streaming* digital yang sangat diminati di masyarakat luas. Hal ini juga berpengaruh pada pola pikir dan kebiasaan masyarakat, khususnya pada anak muda atau Generasi Z. Dengan adanya angka kenaikan dan konsistensi dari Spotify juga membuktikan bahwa Spotify bukan hanya sekadar layanan hiburan, tetapi juga menjadi sebuah ruang digital untuk

membentuk identitas diri dan ekspresi diri, khususnya untuk anak muda atau Generasi Z.

Dalam penggunaan Spotify terdapat berbagai fitur yang dapat digunakan oleh para pengguna. Fitur yang diberikan oleh Spotify sendiri memang beragam, tetapi ada satu hal yang sangat menarik yaitu terkait fitur *playlist*. *Playlist* biasa digunakan untuk mendengarkan beberapa lagu yang sudah disusun sesuai dengan keinginan dari seseorang yang membentuk menggambarkan sebuah identitas dari *playlist* tersebut. Biasanya seseorang membuat suatu *playlist* berdasarkan apa yang mereka rasakan dan ingin menampilkan apa yang mereka ingin sampaikan. Hal tersebut merupakan salah satu bentuk dari cara Generasi Z dalam mengekspresikan diri mereka melalui media komunikasi digital (Delliana et al., 2024).

Selain menjadi fitur yang penting, *playlist* juga memiliki hubungan yang dekat dengan konsep diri seseorang. Menurut DeVito (2019), konsep diri terbentuk dari berbagai pesan yang diterima, lalu disampaikan kepada individu lain dalam sebuah proses komunikasi. Dalam konteks ini, media digital menjadi tempat penting dalam membentuk dan menampilkan konsep diri tersebut. *Playlist* itu dibentuk berdasarkan suasana hati, kondisi emosional atau sesuai dengan pengalaman pribadi. Hal tersebut dapat membentuk representasi diri seseorang tentang dirinya seperti apa dan bagaimana ia dipandang oleh orang lain. Dengan membagikan *playlist* ke publik, tentunya sudah menjadi salah satu cara dari Generasi Z untuk mengkomunikasikan identitas ataupun perasaannya secara tidak langsung. Hal tersebut juga menjelaskan bahwa *playlist* ini tidak hanya berfungsi sebagai sebuah hiburan, tetapi juga sebagai tempat untuk membentuk dan mengekspresikan diri berdasarkan konsep yang mereka punya (Bailey et al., 2020).

Tidak hanya itu, ada buku *The Interpersonal Communication Book* dari Joseph DeVito pada tahun 2019, menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal memiliki keterkaitan dengan bagaimana seseorang menegaskan identitasnya melalui pesan yang dipilih (DeVito, 2019). Hal itu dapat menjelaskan bahwa Generasi Z dapat membagikan *playlist* yang telah mereka buat atau mereka

dengarkan ke publik dan secara tidak langsung mereka sedang mengirimkan atau berbagi pesan terkait perasaan yang sedang mereka rasakan. *Playlist* yang sedang didengarkan bukan hanya sekadar kumpulan lagu, melainkan memiliki sebuah pesan maupun makna yang tersirat didalamnya.

Joseph DeVito tidak hanya menjelaskan terkait komunikasi interpersonal, tetapi juga terdapat pendalaman materi tentang ekspresi diri. Masih dengan buku yang sama, ekspresi diri itu merupakan bagian dari adanya komunikasi antar manusia. Hal tersebut terjadi karena dalam melakukan komunikasi, terdapat seseorang yang menyampaikan pesan, lalu siapa dirinya, apa yang ia rasakan, baik itu lewat kata-kata maupun tulisan. Dengan adanya perkembangan teknologi khususnya di era digital seperti saat ini, cara orang untuk mengekspresikan dirinya sudah ada beragam cara. Orang zaman dahulu mungkin kebanyakan cara untuk mengekspresikan diri hanya lewat kata-kata maupun sebuah tindakan nyata. Namun, sekarang dengan adanya teknologi digital yang terus berkembang, orang menjadi lebih leluasa dan beragam dalam mengekspresikan dirinya. Saat ini, orang dapat menunjukkan apa yang mereka rasakan, identitas maupun karakternya lewat media digital yang dipakai setiap hari. Contoh yang dapat diambil adalah dimana Generasi Z pengguna Spotify yang mengekspresikan diri dia lewat lagu lagu yang mereka putar maupun playlist yang mereka pilih (DeVito, 2019).

Selain dari Joseph DeVito, ekspresi diri juga telah dijelaskan oleh Cal Newport pada tahun 2019. Menurutnya ekspresi diri ini bukan hanya tentang apa yang kita tunjukkan, tetapi juga tentang bagaimana kita memilih sebuah cara untuk mengekspresikan diri dengan sadar. Hal ini menjadi fokus Cal Newport karena dunia terus berkembang dari zaman ke zaman, dan banyak informasi maupun konten yang membuat seseorang akhirnya memiliki cara sendiri untuk membedakan diri dia dengan yang lain dalam mengekspresikan diri. Dalam hal ini, tentu playlist Spotify dapat menjadi sebuah cara yang efektif untuk seseorang dalam menunjukkan suasana hati seseorang secara kreatif. Lagu-lagu yang dikumpulkan didalam playlist juga bergantung pada suasana hati, apabila isi playlist terdiri dari lagu yang ceria, maka suasana hati sedang ceria, begitu juga sebaliknya. Maka dari itu, ekspresi diri lewat jalur musik ini bukan hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sebuah bentuk komunikasi nonverbal yang positif dan

mendalam (Newport, 2019).

Penelitian ini membahas terkait sebuah masalah bagaimana para Generasi Z di Indonesia memaknai sebuah fitur *playlist* di Spotify sebagai bentuk mengekspresikan diri mereka. Penelitian ini juga belum banyak diteliti secara mendalam sehingga peneliti ingin meneliti lebih lanjut terkait hal tersebut. Banyaknya penelitian yang telah dilakukan masih berfokus pada pengetahuan umum terkait Spotify, dimulai dari Spotify sebagai aplikasi *streaming* musik terpercaya, seberapa banyak para pengguna Spotify, hingga kepuasan dalam menggunakan Spotify. Hal tersebut tentu sudah terlalu umum untuk dibahas, padahal ada suatu hal yang sangat menarik untuk dibahas yaitu fitur dari *playlist* Spotify itu sendiri. *Playlist* memiliki makna yang penting dan arti yang cukup mendalam untuk dipahami, hal ini terjadi karena adanya keterkaitan dengan cara seseorang dalam mengekspresikan diri sesuai dengan perasaan atau suasana hati yang sedang dirasakan oleh orang tersebut (Wulandari & Mustikasari, 2024).

Penelitian ini dianggap penting karena dapat memberikan pengetahuan lebih lanjut terkait bagaimana cara Generasi Z di Indonesia dalam mengaitkan musik dengan bentuk ekspresi diri yang menjadi sebuah identitas dari diri mereka. *Playlist* dibentuk dan berisikan berbagai lagu pilihan yang disusun sesuai dengan pilihan secara personal, dan dapat dinilai sebagai bentuk komunikasi yang cukup unik serta menarik untuk dipelajari. Tentu dengan adanya pemahaman terkait fenomena tersebut dapat sangat bermanfaat untuk dunia akademik dan memperdalam pemahaman khususnya terkait musik, media digital dan bentuk ekspresi diri manusia (Yesa et al., 2025).

Dalam melakukan sebuah penelitian, tentunya diperlukan sebuah metode yang dapat membantu peneliti dalam meneliti masalah yang terjadi terkait fenomena tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan fenomenologi, dengan teknik wawancara mendalam. Pendekatan ini dipilih oleh peneliti karena dianggap mampu mencari tahu lebih dalam terkait pengalaman langsung dan pemaknaan secara subjektif dari pengguna Spotify khususnya kalangan Generasi Z. Dengan adanya pengalaman tersebut, fenomenologi tidak hanya sekedar mencari sebuah data, melainkan juga berusaha mendapatkan esensi dari pengguna Spotify kalangan Generasi Z, baik itu saat

membuat maupun ketika menggunakan *playlist* tersebut. Pendekatan kualitatif fenomenologi ini digunakan oleh peneliti untuk memahami lebih mendalam terhadap pengalaman secara emosional dari pengguna Spotify kalangan Generasi Z, agar mendapatkan informasi yang lebih detail (Delliana et al., 2024).

Adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam terkait pemaknaan fitur *playlist* Spotify bagi Generasi Z sebagai bentuk ekspresi diri mereka. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu Generasi Z dalam memahami diri mereka lewat berbagai cara tentang mengekspresikan diri mereka, khususnya dalam media digital yang berhubungan dengan musik. Penelitian ini menjadi salah satu contoh bentuk bantuan terhadap kalangan Generasi Z untuk mempelajari lebih dalam terkait cara mengekspresikan diri mereka melalui musik.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Fenomena penggunaan Spotify, khususnya pada fitur *playlist* ini telah menjadi bagian dari kehidupan anak muda atau Generasi Z dalam mendengarkan musik dan mengekspresikan diri mereka. Hal tersebut sangat menarik untuk dibahas dan diteliti lebih mendalam, namun belum banyak penelitian yang membahas secara spesifik terkait bagaimana Generasi Z memaknai sebuah fitur *playlist* yang mereka buat atau mereka dengarkan dalam keseharian mereka. *Playlist* juga bukan sekadar kumpulan lagu, melainkan juga sebagai identitas diri seseorang yang menggambarkan situasi hati dan menjadi sarana komunikasi interpersonal non verbal. Banyak orang yang memiliki pemahaman bahwa *playlist* hanya sekadar kumpulan lagu, tapi ada juga sebagian besar orang yang merasa bahwa *playlist* memiliki fungsi lebih mendalam sebagai media ekspresi diri. Tentunya hal tersebut menimbulkan berbagai pertanyaan terkait bagaimana fitur *playlist* digunakan, dimaknai, dan kenapa bisa terhubung dengan identitas diri dari seseorang. Oleh karena itu, permasalahan utama yang ingin dibahas pada penelitian ini adalah tentang bagaimana pemaknaan fitur *playlist* Spotify sebagai media ekspresi diri pada kalangan Generasi Z.

### 1.3. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana Generasi Z memaknai fitur *playlist* Spotify sebagai bentuk mengekspresikan diri ?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Generasi Z dalam membuat atau menggunakan *playlist* Spotify ?
3. Bagaimana pengalaman pribadi Generasi Z saat menggunakan *playlist* Spotify?

### 1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana Generasi Z memaknai fitur *playlist* Spotify sebagai media ekspresi diri.
2. Untuk menganalisis peran dari *playlist* Spotify dalam komunikasi non verbal pada kalangan Generasi Z.
3. Untuk mendeskripsikan keterkaitan antara peranan *playlist* dengan bentuk ekspresi diri.

### 1.5. Kegunaan Penelitian

#### 1.5.1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi pada pendalaman ilmu komunikasi, khususnya terkait musik digital sebagai media komunikasi nonverbal. Hasil penelitian ini juga dapat menambah wawasan terkait fenomenologi, media digital, dan bentuk ekspresi diri terhadap kalangan Generasi Z.

#### 1.5.2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini akan menambah wawasan luas dalam segi perilaku dan kebutuhan emosional seseorang terhadap *platform* musik digital, secara khusus untuk Spotify. Penelitian ini juga dapat membantu Generasi Z untuk lebih

memahami penggunaan *playlist* sebagai media ekspresi diri yang sehat dan efektif.

### **1.5.3. Kegunaan Sosial**

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman lebih mendalam terkait peran penting musik sebagai sarana komunikasi dalam membangun relasi antar individu. Dengan membuat dan membagikan *playlist* juga menjadi hal yang penting untuk mempertahankan hubungan, memperkuat interaksi sosial dan memperluas koneksi jaringan pertemanan.

### **1.5.4. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam segi waktu pengerjaan, sumber referensi dan informan untuk diwawancarai. Selain itu, penelitian ini juga berfokus pada Generasi Z, sehingga hasilnya akan beda jika digabungkan dengan kalangan atau kelompok usia yang lain.

