# ABSTRAK

*Penelitian ini meneliti bagaimana band-band baru menggunakan Spotify sebagai platform utama untuk mendistribusikan musik dan mengembangkan bisnis mereka, secara khusus melihat pandangan mereka terhadap efektivitas fitur-fitur promosi Spotify. Dengan menggunakan analisis fenomenologi interpretatif (IPA), penelitian ini mengeksplorasi hambatan yang dihadapi artis pendatang baru, seperti memahami audiens mereka, meningkatkan pengenalan, dan memanfaatkan fitur pemasaran platform seperti daftar putar, saran algoritmik, dan iklan spesifik. Studi ini juga menekankan cara grup musik menggunakan analisis Spotify for Artists untuk membentuk taktik pemasaran mereka dan berinteraksi dengan para penggemarnya.*

*Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun fitur-fitur promosi Spotify dianggap bermanfaat untuk meningkatkan jumlah pendengar, band-band baru menghadapi tantangan besar dalam mencoba memanfaatkan opsi-opsi ini. Hambatan-hambatan tersebut terdiri dari aspek kompetitif dalam mendapatkan penempatan playlist, ketidakjelasan dalam rekomendasi algoritmik, dan kendala finansial dalam menggunakan iklan bertarget. Namun demikian, banyak band yang menggunakan taktik seperti menggunakan media sosial, bermitra dengan sesama artis, dan menjaga interaksi secara teratur untuk mengatasi kendala-kendala tersebut.*

*Studi ini menunjukkan bahwa meskipun Spotify menyediakan alat yang efektif bagi band-band baru untuk mengembangkan bisnis mereka, namun untuk meraih kesuksesan di platform ini diperlukan tekad, kreativitas, dan pemanfaatan fitur-fitur yang disediakan secara cerdas. Mereka yang terlibat dalam industri ini harus mendukung artis-artis baru dengan mempromosikan mereka di daftar putar, memastikan algoritme yang adil, dan memberikan dukungan finansial untuk menyamakan kedudukan musisi independen di sektor musik digital.*