

Analisis Keterlibatan, Pengalaman Bersama, dan Keterlibatan Emosional dalam Konsumsi Informasi Terkait Musik Taylor Swift = Analysis of Engagement, Co-experience, and Emotional Engagement in Information Consumption Related to Taylor Swift's Music

Salma Aulia Rahman, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920545996&lokasi=lokal>

Abstrak

Taylor Swift, sebagai ikon pop global yang mampu menciptakan suatu fenomena bernama “Swiftonomics”, mengundang ketertarikan studi tentang dinamika interaksi penggemarnya melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh pengalaman bersama, identifikasi kelompok, dan keterlibatan emosional terhadap perilaku keterlibatan audiens dengan konten musik Taylor Swift di platform media sosial. Dengan menggunakan metode survei yang dilaksanakan melalui kuesioner daring, penelitian ini menganalisis respons dari 339 partisipan di wilayah Jabodetabek yang mendengarkan musik Taylor Swift menggunakan teknik analisis deskriptif dan regresi linier hierarkis. Hasil menunjukkan bahwa participation dan resonant contagion berperan penting dalam meningkatkan semua jenis keterlibatan audiens. Selain itu, keterlibatan emosional, khususnya arousal, berkorelasi positif dengan perilaku keterlibatan proaktif dan aktif. Sementara itu, escapism dan pleasure tidak menunjukkan korelasi yang signifikan dengan perilaku keterlibatan. Instagram teridentifikasi sebagai platform utama yang digunakan oleh penggemar untuk interaksi ini, mencerminkan pentingnya platform ini dalam strategi pemasaran digital musik. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori perilaku informasi dalam konteks musik dan media sosial, serta menawarkan wawasan strategis bagi praktisi industri musik dalam merancang kampanye yang lebih efektif untuk menggali keterlibatan audiens

.....Taylor Swift, as a global pop icon capable of creating a phenomenon known as "Swiftonomics," has sparked interest in studying the dynamics of her fan interactions on social media. This research aims to understand the influence of shared experiences, group identification, and emotional engagement on audience engagement behaviors with Taylor Swift's music content on social media platforms. Utilizing a survey method conducted through an online questionnaire, this study analyzes responses from 339 participants in the Greater Jakarta area who listen to Taylor Swift's music, using descriptive analysis and hierarchical linear regression techniques. The results indicate that participation and resonant contagion play significant roles in enhancing all types of audience engagement. Furthermore, emotional engagement, particularly arousal, is positively correlated with proactive and active engagement behaviors. In contrast, escapism and pleasure did not show a significant correlation with engagement behaviors. Instagram was identified as the primary platform used by fans for these interactions, highlighting the importance of this platform in digital music marketing strategies. This research contributes to the development of information behavior theory in the context of music and social media and offers strategic insights for music industry practitioners in designing more effective campaigns to foster audience engagement.