

ABSTRAK

Spotify menjadi aplikasi streaming musik paling banyak digunakan masyarakat Indonesia. Namun setelah kenaikan harga akun Spotify Premium konsumen mulai membandingkan harga dengan kompetitor lain. Hal tersebut disebabkan ketidaksesuaian harga baru dengan inovasi fitur yang dijanjikan Spotify. Dibalik itu Spotify memiliki fitur Family Sharing yang menawarkan harga sangat terjangkau, karena kurang dilakukan efektifitas brand awareness Spotify Family Sharing dikalangan anak muda sehingga banyak yang belum mengetahui fitur tersebut. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan melakukan brand activation pada fitur akun Spotify Premium Family Sharing untuk konsumen agar tercipta hubungan baik antara brand dan target audiens. Metode pengumpulan datanya berupa studi pustaka, observasi, wawancara, dan kuisioner. Menggunakan metode penelitian matriks perbandingan, AOI, SWOT, dan AISAS. Hasil penelitian terancang strategi brand activation fitur Family Sharing berupa pembuatan tab baru “Karaoke” pada menu aplikasi Spotify sebagai daya tarik target audiens dan penelitian ini diharapkan mampu digunakan pengaplikasian langsung sebagai solusi meningkatkan brand awareness Spotify Family Sharing.

Kata Kunci: Brand Activation, Brand Awareness, Family Sharing, dan Spotify.