

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang terus meningkat dari tahun ke tahun mendorong terciptanya era digital seperti yang kita alami sekarang. Kemajuan pesat dalam bidang teknologi dan informasi memiliki dampak yang luas, termasuk pada cara hidup kita, terutama dalam hal mendengarkan musik. Mengenai urgensi strategi promosi, ada beberapa masalah yang perlu diperhatikan. Pertama, persaingan dalam industri streaming musik semakin ketat, dengan munculnya pesaing baru seperti Apple Music, JOOX, dan lainnya. Kedua, dalam lanskap digital yang terus berkembang, pengguna Spotify memiliki harapan tinggi terhadap pengalaman yang personal dan relevan. Dalam melakukan promosi ini penulis menggunakan metode pengumpulan data melalui Studi Pustaka, Observasi, Kuesioner, dan Wawancara. Metode ini merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati dan menjelaskan strategi promosi kreatif yang saat ini sedang dilakukan oleh Spotify terutama pada Hari Valentine. Pada penelitian ini yang akan diwawancara adalah pengamat musik Spotify, wawancara TA dan wawancara ahli untuk mendapatkan informasi terkait desain tematik untuk Spotify. Dari hasil pengumpulan data dan analisis masalah, bahwa telah terancangnya strategi promosi kreatif yang tepat untuk Spotify pada Hari Valentine dengan mengangkat strategi pesan yang disesuaikan dengan kebutuhan yang digemari khalayak berusia 18 – 25 tahun mengenai sebuah platform Spotify. Dapat ditarik kesimpulan bahwa pesan iklan yang akan disampaikan, yaitu aplikasi Spotify membuat hiburan seru dengan bertukar playlist romantis saat hari valentine dan berkualitas bagi usia muda.

Kata Kunci: Strategi Promosi Kreatif, Desain Tematik, *Valentine*, Spotify.