

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi begitu cepat dan memukau terhadap banyak varian industri dan program. Perkembangan yang begitu cepat tersebut tanpa sadar merubah cara pandang untuk berkomunikasi, berpendidikan dan bahkan sampai ke dunia hiburan. Salah satu perkembangan teknologi yang sangat terlihat adalah teknologi digital. Penulis akan berfokus terhadap perkembangan teknologi digital yang sangat terlihat secara masif.

Teknologi digital merupakan sebuah teknologi yang bertujuan untuk menyebarkan informasi dengan mengutamakan kegiatan yang dilakukan secara digital dan dapat diakses oleh manusia tetapi cenderung dengan sistem pengoprasian yang serba otomatis (Muhamad Danuri, 2019). Perkembangan teknologi membawa perubahan secara signifikan terhadap kualitas dan jumlah kapasitas data yang dapat dikirimkan seperti, hasil gambar berupa foto atau video yang terlihat semakin jelas sehingga tetap menunjukkan keasliannya karena kualitas yang lebih baik. Bahkan proses distribusi atau pengiriman gambar dapat semakin cepat.

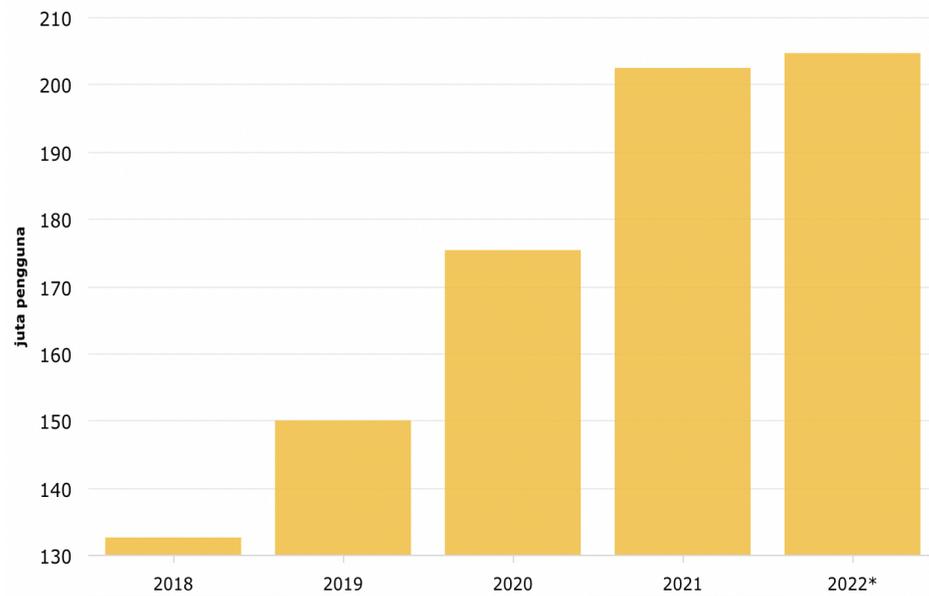
Transisi atau perkembangan teknologi digital dari teknologi sebelumnya berpengaruh baik untuk sisi produsen maupun konsumen dari berbagai macam industri. Perkembangan tersebut dapat mengacu terhadap kecenderungan gaya hidup seperti, kehidupan di rumah, kesibukan di kantor dan kebutuhan hiburan. Dengan adanya kecenderungan tersebut, produsen dari produk digital pastinya

mengarahkan semua peluang bisnisnya ke arah sana. Semakin banyak produsen teknologi digital, gaya hidup konsumen juga akan mengikuti perkembangan teknologi digital tersebut. Perkembangan teknologi tersebut juga membuat tantangan terhadap produsen produk-produk digital untuk mampu memberikan solusi secara komprehensif terhadap pengguna produk tersebut. Pesatnya perkembangan teknologi digital tersebut membuat perubahan yang pesat juga untuk kebutuhan konsumen terhadap teknologinya tersebut sehingga teknologi digital dapat menjadi pilihan utamanya.

Perkembangan teknologi digital dapat terintegrasi dengan baik dikarenakan adanya teknologi internet dengan jaringan yang sudah mendunia dan dapat diakses secara cepat dan mudah. Masing-masing individu tanpa adanya batas dan jarak tetap bisa bertukar informasi dan data dengan menggunakan teknologi digital dan internet. Akses kegiatan dan bermacam-macam aktivitas dapat dilakukan secara *online* dengan adanya internet melalui teknologi digital. Menurut Kominfo, penggunaan internet di Indonesia menduduki peringkat nomor empat di dunia (Republika.co.id, 2021).

Menurut laporan dari We Are Social, jumlah kecenderungan penggunaan internet di Indonesia terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Jumlah pengguna internet nasional menjolak sebesar 54,25% dari tahun 2018 hingga bulan Januari 2022. Dari total penduduk Indonesia yang terhitung berjumlah 277,7 juta pada bulan Januari 2022, total pengguna di internet di Indonesia mencapai 204 juta orang.

Jumlah Perkembangan Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022*)



Gambar 1.1. Jumlah Perkembangan Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: We Are Social (2022, 15 Februari)

Sudah sangat banyak industri yang dapat menggunakan dan memanfaatkan dengan baik perkembangan teknologi digital dan juga internet. Berikut adalah contoh industri besar yang semakin berkembang, simpel dan mudah diakses karena adanya teknologi digital dan internet.

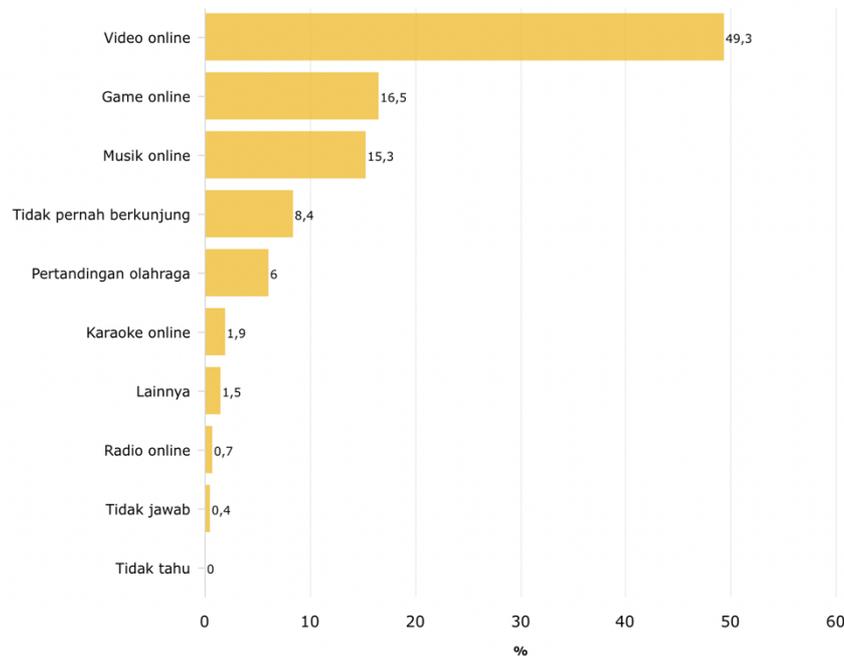
Industri yang ramai penggunanya adalah industri hiburan atau perfilman. Penulis akan menjelaskan lebih detail mengenai industri perfilman di penulisan ini. Industri perfilman sudah banyak mengalami perubahan teknologi, dari menggunakan teknologi analog yang menggunakan pita menjadi teknologi digital yang menggunakan *compact disk* atau biasa disebut CD atau *Digital Video Disc* atau biasa disebut DVD. Sehingga sekarang dengan terintegrasinya teknologi digital dan jaringan internet, CD atau DVD pun sudah mulai ditinggal karena banyak produsen teknologi digital mengeluarkan jasa layanan menonton film dengan sebuah aplikasi yang hanya mengandalkan jaringan internet seperti Netflix,

Disney Plus Hotstar, Viu, Vidio.com, dll. Jasa atau layanan tersebut biasa disebutkan sebagai aplikasi *streaming* video/ film berbayar.

Dalam kurun waktu satu dekade terakhir, pelaku dan penikmat industri hiburan atau perfilman sudah sangat meningkat dikarenakan adanya perkembangan teknologi digital. Selain banyaknya bermunculan film, munculnya media atau platform yang bisa digunakan sebagai sarana menonton film-film baru maupun lama adalah tanda atau bukti dari kemajuan industri perfilman. Perkembangan teknologi digital sangat berpengaruh terhadap kemudahan pengguna untuk mengakses layanan tersebut karena teknologi yang dimiliki oleh pengguna itu sendiri seperti tablet, *smartphone*, *Smart TV*, atau komputer yang secara mudah bagi pengguna untuk mengakses kapan saja dan dari mana saja (María Eugenia Martínez-Sánchez et. al., 2021).

Layanan tersebut bisa disebut sebagai *Subscription Video on Demand* (SVOD). Dapat diartikan bahwa layanan SVOD adalah sebuah layanan berbasis jaringan internet untuk berlangganan menonton TV dan film yang dapat diakses menggunakan sebuah platform dan pengguna secara bebas dapat memilih acara apa yang ingin dinikmati dalam layanan SVOD tersebut (Chetrina Dhea Puspita et. al., 2021). Sistem layanan SVOD memberikan fleksibilitas kepada masing-masing penggunanya untuk dapat memilih secara bebas dan spesifik acara apa yang ingin dicari sehingga pengguna akan menjadi lebih aktif untuk menggunakan layanan SVOD tersebut. Berbeda dengan sistem penayangan TV tradisional, dimana pengguna menjadi lebih pasif dan terbatas dalam memilih acara sehingga pengguna hanya dapat menerima apa yang ditawarkan oleh masing-masing saluran TV yang ada.

Jumlah Konten Hiburan yang Paling Sering Dikunjungi Pengguna Internet Indonesia



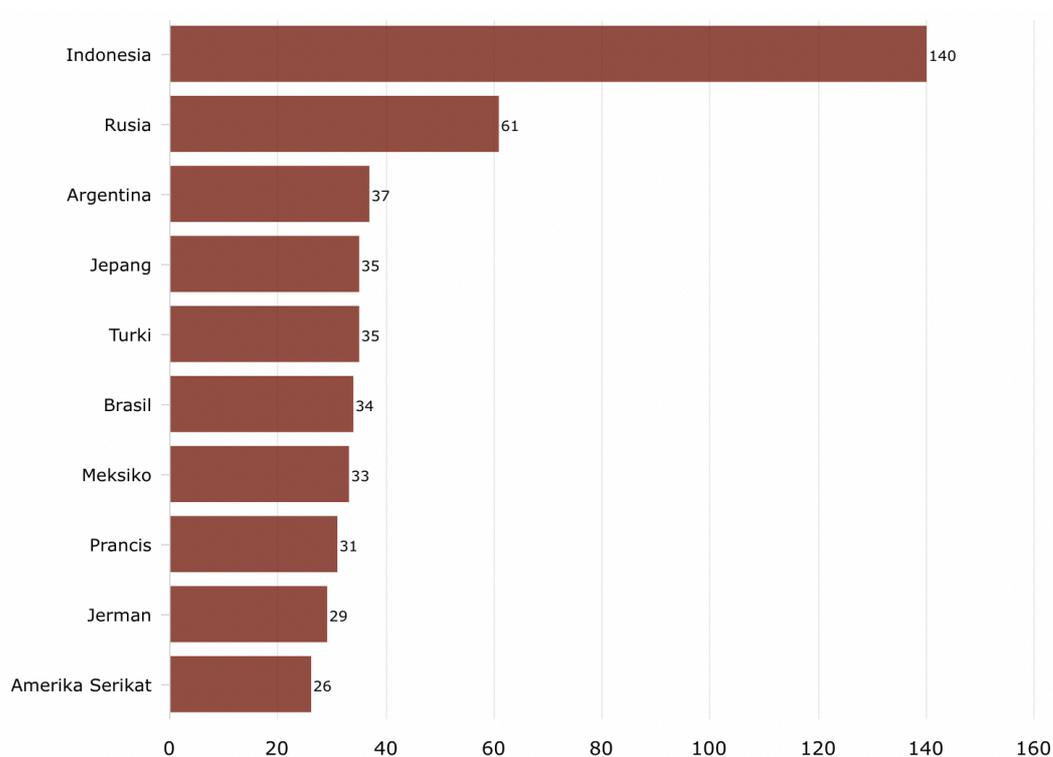
Gambar 1.2. Konten Hiburan yang Paling Sering Dikunjungi Pengguna Internet Indonesia

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (2020, 9 November)

Video *online* merupakan konten pilihan utama mayoritas masyarakat Indonesia. Angka persentase penggunaan atau pemilihan video *online* mencapai 49,3%, dimana angka tersebut hampir setengah dari banyaknya total pilihan konten. Setelah konten video *online*, konten hiburan lainnya yang sering dikunjungi atau dipilih oleh masyarakat Indonesia yaitu *game online*, lalu disusul juga dengan konten musik dan konten olahraga.

Peningkatan penggunaan platform SVOD juga berpengaruh dengan adanya pandemi Covid-19. Kebijakan pemerintah untuk Pembatasan Sosial Berskala Besar atau PSBB, membuat masyarakat dirumahkan sehingga masyarakat mengalokasikan harta mereka untuk menghibur diri sendiri dengan berlangganan aplikasi *streaming*.

Peningkatan Waktu Menonton Video Streaming di Indonesia Tertinggi Global pada 2021.



Gambar 1.3. 10 Negara dengan Pertumbuhan Waktu yang Dhabiskan untuk Menonton Video Streaming Tertinggi di Dunia (2019-2021).

Sumber: App Annie (2022, 17 Januari)

Dilansir laporan App Annie, masyarakat Indonesia menghabiskan waktu untuk menonton platform SVOD meningkat sebanyak 140% dari tahun 2019 ke tahun 2021 dan menjadi peningkatan tertinggi di dunia.

Salah satu platform SVOD yang ada di Indonesia adalah aplikasi Disney Plus Hotstar. Disney Plus Hotstar adalah aplikasi *streaming* SVOD milik perusahaan The Walt Disney Company asal Amerika Serikat. Disney Plus Hotstar termasuk platform SVOD pendatang baru di Indonesia. Disney Plus Hotstar secara resmi rilis di Indonesia tanggal 4 September 2020. Disney Plus Hotstar memiliki beragam pilihan konten dari *production house* yang berada di bawah naungan Disney, seperti Pixar, Marvel, 20th Century Fox, hingga National Geographic. Selain membawa film dan serial episode dari barat, Disney Plus Hotstar tertarik

untuk membantu dan mengembangkan konten-konten lokal dan bekerja sama dengan *production house* dan talenta dari Indonesia. Untuk mencapai tujuan tersebut, Disney Plus Hotstar juga menggandeng beberapa *production house* besar dan ternama di Indonesia seperti MD Pictures dan Falcon untuk membawa konten-konten lokal. Total sudah lebih dari 300 film Indonesia yang berada di katalog Disney Plus Hotstar (Kompas.com, 2020). Meskipun Disney Plus Hotstar terhitung pendatang baru di Indonesia dibandingkan dengan Netflix atau Viu yang hadir pada tahun 2016 dan Vidio.com salah satu kompetitor besar milik lokal yang lahir pada tahun 2014, Disney Plus Hotstar sudah menjadi aplikasi *streaming* berbayar nomor satu dengan jumlah pelanggan paling banyak. Pada kuartar pertama tahun 2021 Disney Plus Hotstar telah mengungguli pendahulunya dalam jumlah nominal pelanggan berbayar mencapai 2,5 juta. Diikuti oleh aplikasi SVOD pesaing dari Hong Kong yaitu Viu dengan jumlah 1,5 juta, Vidio.com dengan jumlah 1,1 juta dan dibuntuti oleh Netflix aplikasi SVOD dari Amerika yang hanya mencapai 850 ribu pelanggan berbayar.



Gambar 1.4. Jumlah Pelanggan Layanan *Streaming* film OTT di Indonesia.

Sumber: MPA, The Hollywood Reporter (2021, 16 Januari)

Peningkatan terhadap jumlah pelanggan Disney Plus Hotstar dalam waktu singkat tersebut dikarenakan kelebihan yang dimiliki seperti kekayaan intelektualnya terhadap semua konten orisinal Disney yang mencakup banyak film *box office* atau serial episode dari Marvel Cinematic Universe atau Star Wars dan harga langganan perbulan yang sangat terjangkau untuk semua kelas masyarakat.

Fenomena meningkatnya jumlah pelanggan dan keinginan konsumen untuk tetap melanjutkan berlangganan Disney Plus Hotstar sangat menarik untuk di investigasi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana keputusan seseorang memilih untuk tetap berlangganan aplikasi *streaming* berbayar atau SVOD yaitu Disney Plus Hotstar. Beberapa penelitian sebelumnya mendapatkan faktor-faktor secara langsung maupun tidak langsung yang dapat membuat seseorang rela meneruskan untuk terus memperpanjang periode berlangganan aplikasi SVOD. Ada berbagai macam faktor yang dapat mempengaruhi niat pembelian. *Perceived Enjoyment* merupakan faktor penting yang perlu dipertimbangkan oleh pembuat aplikasi karena dapat menimbulkan rasa kenyamanan dan kesenangan dalam upaya mempengaruhi penilaian dan minat pengguna terhadap aplikasi Disney Plus Hotstar sehingga penilaian dan minat tersebut menggiring seseorang untuk berlangganan atau melanjutkan berlangganan (Feliana, 2022). Pada penelitian lain, *perceived compatibility* atau kesesuaian yang dirasakan antara pengguna dan aplikasi Disney Plus Hotstar juga akan menimbulkan penilaian yang nantinya mengarah untuk menentukan apakah seseorang akan berlangganan aplikasi tersebut atau tidak (Bagla, Ramesh & Sancheti, 2018). *Perceived usefulness* berguna sebagai persepsi yang dapat dirasakan pengguna mengenai tingkat kemanfaatan yang diperoleh (Selli et

al., 2016). Selain faktor internal yang dirasakan, terdapat faktor eksternal yang dapat mempengaruhi seseorang untuk memilih berlangganan aplikasi Disney Plus Hotstar yaitu faktor *social influence* (Venkatesh et al, 2012). *Social influence* atau lingkungan sosial dapat mempengaruhi cara berpikiran seseorang untuk dapat mempunyai imajinasi dan informasi dari aplikasi tersebut. Pengertian lingkungan sosial yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan lingkungan dekat atau orang yang dianggap perkataannya berpengaruh terhadap konsumen. Dapat disimpulkan, peneliti akan mengambil beberapa variabel yang dapat membantu menyelesaikan penelitian seperti *perceived enjoyment*, *perceived compatibility*, *perceived usefulness*, *perceived value*, *social influence*, dan *intention to continue to subscribe*. Variabel-variabel terpilih tersebut nantinya membantu penelitian ini untuk mengetahui apa saja yang dapat mempengaruhi keinginan dan keputusan seseorang memilih untuk berlangganan aplikasi *streaming* berbayar atau SVOD yaitu Disney Plus Hotstar

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan keterangan yang dijelaskan pada latar belakang masalah, berikut adalah hasil rumusan masalah dengan pertanyaan penelitian untuk di investigasi:

1. Apakah *Perceived Enjoyment* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Value*?
2. Apakah *Perceived Compatibility* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Value*?

3. Apakah *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Value*?
4. Apakah *Social Influence* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Value*?
5. Apakah *Social Influence* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to Continue to Subscribe*?
6. Apakah *Perceived Value* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to Continue to Subscribe*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penemuan rumusan masalah atau pertanyaan diatas, adapun tujuan penelitian ini untuk menjawab pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh positif *Perceived Enjoyment* terhadap *Perceived Value*.
2. Untuk menganalisis pengaruh positif *Perceived Compatibility* terhadap *Perceived Value*.
3. Untuk menganalisis pengaruh positif *Perceived Usefulness* terhadap *Perceived Value*.
4. Untuk menganalisis pengaruh positif *Social Influence* terhadap *Perceived Value*.
5. Untuk menganalisis pengaruh positif *Social Influence* terhadap *Intention to Continue to Subscribe*.
6. Untuk menganalisis pengaruh positif *Perceived Value* terhadap *Intention to Continue to Subscribe*.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, manfaat yang diharapkan bisa diambil adalah untuk memberikan wawasan baik dari kepentingan akademis maupun kepentingan praktis. Manfaat akademis penelitian ini adalah memberikan kontribusi dan referensi untuk memperhitungkan *Perceived Value* serta implikasinya dan *Social Influence* berpengaruh atau menjadi mediasi terhadap *Intention to Continue to Subscribe* khususnya pada konteks aplikasi streaming berbayar Disney Plus Hotstar. Manfaat praktis dari penelitian ini adalah untuk memberi saran bagi manajemen Disney Plus Hotstar agar lebih memperhatikan faktor yang perlu ditingkatkan atau dipertahankan dan nantinya saran tersebut dapat dijadikan acuan untuk meningkatkan *value* yang dirasakan konsumen sehingga dapat mempengaruhi orang untuk berlangganan atau melanjutkan berlangganan dan merasakan kepuasan saat menggunakan aplikasi tersebut.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab dimana masing-masing bab tersebut memiliki keterikatan atau keterkaitan satu sama lainnya sehingga penelitian ini dapat menjadi lengkap dan utuh. Berikut penjelasan secara singkat mengenai sistematika penulisan dari penelitian ini.

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah yang berisikan pandangan mengenai fenomena atau masalah yang terjadi dan penjelasan secara singkat

mengenai beberapa variabel yang akan digunakan. Di akhir bab ini juga dijelaskan mengenai perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan membahas mengenai dasar-dasar dari teori, konsep dan juga definisi yang berkaitan dengan variabel serta penjelasan dari model-model empiris terdahulunya dan pengembangan mengenai hipotesis yang akan dijelaskan.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pembahasan pada bab ini mencakup mengenai objek penelitian, unit analisis, tipe penelitian, operasionalisasi variabel, pengukuran variabel, definisi konseptual, populasi dan sampel, penentuan jumlah sampel, metode penarikan sampel, metode pengumpulan data (data primer dan sekunder) dan metode analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas mengenai analisis data penelitian yang mencakup penjelasan tentang profil dan perilaku responden, analisis model pengukuran, dan analisis model struktural serta pembahasannya.

BAB V: PENUTUP

Pada bab terakhir ini akan berisikan mengenai kesimpulan, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian dan saran penelitian dengan maksud sebagai acuan untuk penelitian berikutnya.