

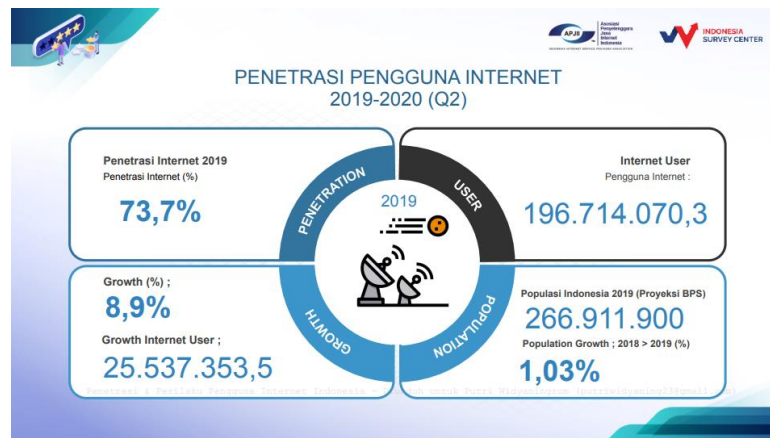
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi telah menyebabkan intensitas hubungan sosial baik secara domestik maupun dalam skala global meningkat pesat, sehingga dapat menghubungkan antara peristiwa di satu lokasi dengan lokasi lainnya serta menyebabkan terjadinya perubahan pada keduanya. Akibatnya pertukaran budaya, perluasan penggunaan teknologi, hubungan sosial dan ekonomi di seluruh dunia semakin mudah dan cepat untuk dilakukan.

Era ini dikenal dengan modernisasi dan digitalisasi yang memberikan efisiensi dan efektifitas dalam sebuah pekerjaan dan penggunaan. Salah satu faktor kemajuan teknologi juga dipengaruhi oleh kemajuan internet yang penggunanya semakin banyak, bahkan internet menjadi kebutuhan pokok bagi sebagian besar orang terutama di daerah perkotaan. Berikut adalah hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet tentang penetrasi pengguna internet di Indonesia.

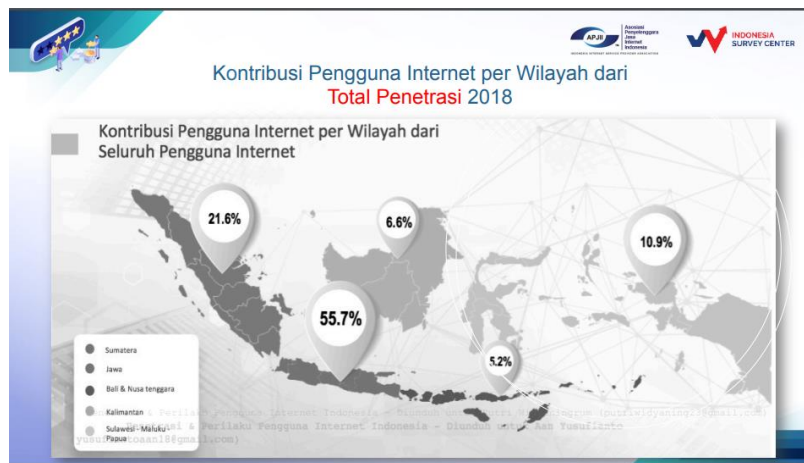
Gambar 1. 1 Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia



Sumber: <https://apjii.or.id/survei>

Penetrasi internet adalah persentase pengguna internet terhadap populasi wilayah tertentu. Berdasarkan Gambar 1.1 di atas terdapat kenaikan jumlah masyarakat Indonesia yang sudah terhubung dengan internet pada kuartal II di tahun 2019-2020 sekitar 196,7 juta jiwa dari populasi atau mengalami kenaikan sebesar 73,7% daripada tahun 2018 yang hanya mencapai sekitar 64,8% atau sebanyak 171,1 juta jiwa. Maka dapat dinyatakan bahwa terjadinya peningkatan penetrasi internet sebesar 8,9% atau sebanyak 25,5 juta pengguna internet. Pengguna internet akan diperkirakan terus terjadi peningkatan di tahun berikutnya, karena Kominfo Indonesia sebagai eksekutor transformasi digital di Indonesia sudah mempersiapkan program agar akses internet dapat menjangkau seluruh wilayah Indonesia yang selama ini dianggap blankspot (Plate, 2020).

Gambar 1. 2 Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia



Sumber: <https://apji.or.id/survei>

Berdasarkan Gambar 1.2 Pulau Jawa masih berkontribusi terbesar terhadap kenaikan penetrasi internet, yaitu 56,4%, disusul oleh Pulau Sumatera dengan 22,1%, Pulau Sulawesi 7%, Kalimantan 6,3%, Bali-Nusa Tenggara 5,2%, dan Maluku-Papua 3%.

Manfaat internet selain untuk sekolah dan kerja secara online yaitu, untuk mengakses media sosial, komunikasi pesan atau telepon, *streaming video*, game online, belanja online, dan lainnya. Menurut survei Asosiasi Penyedia Jasa Internet yang

dilakukan pada 4 November 2020, *smartphone* adalah perangkat yang paling sering digunakan oleh pengguna internet di Indonesia sebanyak 95,4%, sedangkan laptop atau tablet sekitar 19,7%, dan komputer PC hanya 9,5%. Selain itu, pengguna internet paling banyak mengakses internet dengan membeli paket data dari operator seluler, sedangkan sisanya mengakses internet dengan Wi-Fi di rumah/restoran/dan ruang publik lainnya.

Danuri (2019) menyatakan bahwa, terdapat tiga hal yang mempengaruhi perkembangan teknologi digital sebagai berikut:

“Perkembangan teknologi digital dipengaruhi tiga hal, yaitu transisi digital, konvergensi jaringan, dan infrastruktur digital. Konvergensi jaringan adalah efisiensi dan efektifitas jaringan komunikasi yang dapat digunakan seperti telepon, video, dan komunikasi, baik di rumah maupun pada perusahaan. Semakin tingginya kebutuhan konvergensi jaringan ini maka teknologi akan berubah mengarah ke kebutuhan tersebut. Era transisi atau perpindahan teknologi dari teknologi sebelumnya ke teknologi digital baik dari sisi produsen maupun konsumen telah beralih memilih teknologi yang lebih simple yaitu teknologi digital. Khusus untuk konvergensi jaringan akan mengacu pada kecenderungan gaya hidup, yaitu waktu di rumah yang berfokus pada keluarga dan kesibukan perjalanan yang merupakan gabungan antara bekerja dan bermain. Selain itu, kesibukan di kantor antara kerja dan kebutuhan hiburan. Dengan kecenderungan itu, produsen produk digital akan mengarahkan peluang bisnisnya ke sana. Produk dan teknologi akan mengikuti perkembangan gaya hidup masyarakat dengan teknologi di era digital. Produsen produk-produk digital harus mampu memberi solusi komprehensif pada era konvergensi jaringan itu.”

Makadari itu, kegiatan jual dan beli barang atau jasa yang biasanya dilakukan secara konvensional akan berubah secara online yang dikenal dengan sebutan *e-commerce*.

Pandemi Covid-19 serta kebijakan pemerintah tentang larangan masyarakat untuk tidak berkerumun atau melakukan *social distancing* dan membatasi jam operasional dalam berkegiatan diluar rumah, mengakibatkan hampir semua kegiatan dilakukan secara *online* dari rumah. Hal ini mengakibatkan masyarakat membutuhkan sebuah hiburan yang dapat dinikmati di rumah.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Dailysocial.id mengenai aplikasi apa yang sering digunakan masyarakat Indonesia untuk mendapatkan hiburan selama pandemi yaitu, dari 966 responden memilih aplikasi media sosial 79%, aplikasi *streaming* video 67%, aplikasi game *online* 63%, aplikasi *streaming* musik 44% dan lainnya 3% (Nabila, 2020).

Kemajuan teknologi dan internet mengakibatkan masyarakat semakin leluasa untuk *streaming* video melalui *smartphone*/PC/perangkat lainnya dengan bantuan internet secara gratis atau pun berbayar tanpa harus menggunakan TV satelit/kabel, membeli CD/DVD atau pergi ke bioskop untuk menonton suatu film. *Streaming* video tidak hanya tersedia dalam bentuk *website*, namun juga tersedia dalam bentuk aplikasi *mobile smartphone* yang dapat diunduh di perangkat Android (PlayStore) dan iOS (AppStore). Platform *streaming* video yang masuk ke pasar Indonesia semakin banyak seperti, YouTube, Netflix, WeTV, Vidio, dan lainnya.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berlangganan Pada Layanan Video On Demand (Studi Pengguna VOD di Jakarta Timur)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat berlangganan pada layanan *video on demand*?
2. Bagaimana urutan prioritas faktor-faktor yang mempengaruhi minat berlangganan pada layanan *video on demand*?

1.3 Tujuan Penelitian

Terkait dengan perumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat berlangganan pada layanan *video on demand*.
2. Untuk mengetahui urutan prioritas faktor-faktor yang mempengaruhi minat berlangganan pada layanan *video on demand*.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang tercipta dari latar belakang masalah di atas, penelitian ini memiliki beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti
Penelitian ini digunakan untuk menambah pengetahuan dan menganalisa fenomena tentang apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang berminat untuk berlangganan pada layanan *video on demand*.
2. Bagi provider *video on demand*
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi tambahan untuk pelaku usaha atau *team video on demand* terkait membentuk strategi atau pasar sasaran di masa yang akan datang.
3. Bagi kepentingan akademik
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi baru dan referensi tambahan terkait *video on demand* untuk penelitian di masa yang akan datang.