

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Era globalisasi ini terdapat banyak hal-hal yang mempengaruhi kebutuhan manusia. Kebutuhan-kebutuhan tersebut digolongkan berdasarkan pada intensitasnya, dan kemudian dibedakan menjadi tiga kelompok, yaitu kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Dalam hal ini manusia selalu ingin berupaya untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Pada masa pandemi *Covid19* yang terjadi diseluruh dunia membuat manusia harus mampu menyesuaikan kondisi dengan tetap memenuhi kebutuhan hidup. Dari seluruh kegiatan yang dilakukan manusia ada salah satu hal yang dapat dilakukan untuk menyenangkan setiap kepribadian individu salah satunya yaitu dengan menonton film, hal ini merupakan bagian dari kebutuhan sekunder, di mana kebutuhan sekunder merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan menambah kebahagiaan hidup seseorang. Beberapa contoh kebutuhan sekunder yang ada di sekitar kita yaitu pendidikan, akses kesehatan, koneksi internet, *handphone* dan berbagai teknologi lainnya yang dapat menghibur seseorang.

Salah satu kemajuan yang dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan sekunder tersebut adalah aplikasi pemutar film *online*. Aplikasi ini dapat dipakai oleh semua kalangan tanpa membutuhkan banyak biaya, cukup dengan menyediakan perangkat seperti laptop, komputer, tablet dan *smartphone* untuk memutar film pada aplikasi tersebut. Selain itu, aplikasi ini dapat diakses baik *online* maupun *offline* tergantung kebijakan aplikasi tersebut. Ada beberapa contoh aplikasi pemutar film *online* seperti, Netflix, Iflix, HOOQ, Catchplay, VIU, dan lain sebagainya. Aplikasi pemutar film seperti ini banyak dipakai orang-orang karena tidak membutuhkan memori penyimpanan yang banyak dan juga tersedia berbagai pilihan film berdasarkan genre. Aplikasi pemutar film juga menyediakan berbagai fitur menarik yang dapat meningkatkan kepuasan penonton terlebih yang sudah berlangganan, biasanya mendapatkan akses yang lebih dibandingkan yang tidak berlangganan.

Hiburan *online* sudah menjadi kebiasaan dan kebutuhan pribadi bagi banyak kalangan masyarakat, terutama kalangan muda. Kalangan muda atau yang biasa disebut kaum milenial sudah sangat familiar sekali dengan hiburan digital berupa

film, TV series bahkan drama. Salah satu yang paling populer dikalangan muda Indonesia yaitu Netflix, Netflix merupakan aplikasi penyedia layanan *online* berupa hiburan film, yang dapat di akses dengan berbagai perangkat keras seperti laptop, *tablet* dan *smartphone*. Aplikasi yang berasal dari California ini berhasil menguasai pasar industri kreatif di bidang perfilman dengan jumlah pelanggan tetap sebanyak 204 juta pelanggan diseluruh dunia [1]. Selama periode Oktober-Desember 2020, layanan ini menambah sekitar 8,5 juta pelanggan. Hal ini menjadi sorotan utama hasil kuartal IV Netflix yang baru dirilis pada tanggal 19 Januari 2021. Menurut Survei yang dilakukan oleh Media Partners Asia (MPA) pada Januari 2021, jumlah pelanggan Netflix mencapai 850ribu pelanggan [2].

Penggunaan aplikasi pemutar film *online* semakin didukung oleh penggunaan internet di Indonesia yang sangat tinggi, perihal ini dikenal dari riset yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016. Sekitar 80% generasi muda mendominasi penggunaan internet di Indonesia, dengan rentan umur 20-24 dan 25-29 tahun [3]. Kategori usia 20-24 tahun mencapai 22,3 juta jiwa ataupun setara dengan 82% dari total penduduk pada kelompok umur itu, sebaliknya usia 25-29 tahun terdapat 24 juta jiwa pengguna internet ataupun setara dengan 80% dari total jiwa pada kelompok umur itu. Statement ini didukung dengan data terkait profesi mahasiswa sebagai profesi yang banyak menggunakan internet dibandingkan sektor lain. Tidak bisa dipungkiri bahwa generasi muda menjadi faktor utama pengguna internet di Indonesia yang lahir dan besar di era informasi dan digital. Berbagai aktivitas yang biasa dilakukan menggunakan internet antara lain menonton film, mendengarkan musik dan bermain game secara *online* yang merupakan sebuah hiburan.

Tidak hanya penggunaan internet saja yang mempengaruhi meningkatnya minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi pemutar film *online*, tetapi kasus *Covid-19* yang masih ada sampai saat ini yang berdampak bagi setiap orang, seperti pelajar, mahasiswa bahkan pekerja. Mereka dianjurkan untuk berkegiatan di rumah secara daring, atau berkegiatan seperlunya saja jika diharuskan untuk keluar rumah. Dengan demikian mereka memiliki cukup banyak waktu luang, hal tersebut biasanya diisi dengan hiburan-hiburan untuk mengurangi tingkat kebosanan seseorang. Berbagai jenis aktivitas yang dilakukan masyarakat salah satunya yaitu 'menonton', seperti menonton acara TV, drama korea, dan menonton film. Namun saat ini penggemar drama korea meningkat sejak ada kebijakan untuk berkegiatan dirumah

dan menjadi sebuah tren yang baru [4]. Hal ini terjadi karena kurangnya tayangan yang menarik minat masyarakat Indonesia, sehingga banyak dari mereka memilih untuk menonton drama Korea untuk mengisi waktu luang mereka. Cerita yang disuguhkan dalam drakor cukup menarik untuk diikuti, terlebih aktor dan aktris memiliki paras yang cantik maupun tampan menjadi daya tarik lebih bagi penggemar dan penonton.

Menurut berita yang dipublikasikan di laman KOMPAS.COM ada beberapa hobi yang kian populer yang dilakukan masyarakat dalam mengisi waktu luang selama masa pandemi [5]. Penelitian yang dilakukan oleh Devie Rahmawati melalui pengamatan kegiatan masyarakat di media sosial (twitter) dengan menggunakan radar inventori atau dapat disebut sebagai perlengkapan pemindai obrolan sosial di dunia digital, pada periode waktu delapan bulan sejak Maret hingga November 2020. Menunjukkan hasil bahwa terdapat beberapa kegiatan atau hobi baru yang tergolong menarik, salah satunya yaitu menonton film. Ada banyak sekali layanan atau aplikasi streaming film yang memungkinkan pengguna dapat menonton film tanpa harus pergi ke Bioskop atau tempat menonton film lainnya. Dari penelitian yang dilakukan UI, salah satu kata kunci yang banyak dibagikan pada masa pandemik ini adalah serial drama Korea.

Hiburan yang dilakukan mahasiswa dikala pandemik dipaparkan oleh Ester dan Denty pada laman Kompas Muda [6]. Ada berbagai macam kegiatan yang dilakukan mahasiswa untuk mengurangi rasa bosan selama pandemik *Covid-19*. Kegiatan yang awalnya tidak disukai kini menjadi digemari kalangan muda, seperti memasak, membaca buku, menonton film, dan bermain game *online* bersama teman. Salah satu kegiatan yang dilakukan oleh Amanda yang seorang mahasiswa Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Diponegoro, Semarang, yang bertahan di asrama kampus dan memilih untuk menikmati tinggal di asrama dengan berbagai kegiatan. Waktu luang yang cukup banyak itu dimanfaatkan Amanda untuk menonton film dan membaca buku. Amanda mengatakan, untuk mengisi 'me time' nya, ia menggunakannya dengan menonton film dan mengeksplorasi hal-hal yang diminati di internet.

Hedonic Motivation System Adoption Model merupakan model penerimaan sistem yang berdasar pada pespektif teoritis alternative, teori yang berfokus langsung pada motivasi yang mendorong penerimaan *Hedonic Motivation System* (HMS). HMS adalah kerangka kerja yang digunakan untuk memenuhi segi intrinsik dan

motivasi intrinsik pengguna terutama situs jejaring sosial, dunia virtual, repository film dan lain sebagainya. Menurut Thomas & Velthouse “Motivasi intrinsik lebih kuat dari pada motivasi ekstrinsik dalam mempengaruhi tingkat kepuasan manusia”[7]. Dalam mengatasi berbagai motivasi intrinsik terkait penggunaan dan penerimaan suatu sistem maka diperlukan *Cognitive Absorption* (CA) sebagai indikator utama dari *Perceived Ease of Use* (PEOU) dan *Behavioral intention to use* (BIU) *Hedonic Motivation System*.

Lowry [8] Pada *Hedonic-Motivation System Adoption Model* (HMSAM) menyampaikan bahwa rasa ingin seseorang menggunakan sebuah sistem (*Behavioral Intention to Use*) dapat di tetapkan melalui keuntungan yang ingin didapatkan oleh pengguna (*Perceived of Usefulness*), tidak terlepas juga dari rasa ingin tahu (*Curiosity*) serta perasaan senang (*Joy*) ketika menggunakan sebuah sistem tersebut. Dari hal tersebut juga dipengaruhi oleh kemudahan yang di rasakan pengguna (*Perceived Ease of Use*) ketika menggunakan sistem, biasanya pengguna juga akan terbawa suasana (*Immersion*) ketika memiliki kendali (*Control*) atas kontrol yang diberikan sistem.

Berdasarkan penjelasan yang dipaparkan diatas, maka peneliti mengambil “Analisis penerimaan dan penggunaan aplikasi pemutar film *online* dengan menggunakan *Hedonic-Motivation System Adoption Model*”. Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat mengetahui tingkat penerimaan dan penggunaan serta mengetahui faktor yang berpengaruh dominan terhadap minat penerimaan serta penggunaan aplikasi pemutar film *online*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

Penggunaan internet di kalangan muda (mahasiswa) pada aplikasi pemutar film online mengalami peningkatan yang sangat signifikan, dimana hal tersebut dapat dipastikan berdampak terhadap kesenangan/kepuasan mahasiswa saat menggunakan aplikasi pemutar film online.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasar pada rumusan masalah sebelumnya, maka pernyataan penelitian pada penelitian ini adalah

1. Bagaimana tingkat penerimaan dan penggunaan aplikasi pemutar film *online*?
2. Apa faktor yang memiliki pengaruh dominan terhadap minat penerimaan dan penggunaan aplikasi pemutar film *online* ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut

3. Mengetahui tingkat penerimaan dan penggunaan aplikasi pemutar film *online*.
4. Mengetahui faktor yang memiliki pengaruh dominan terhadap minat penerimaan dan penggunaan aplikasi pemutar film *online*.

1.5 Batasan Masalah

Terdapat batasan-batasan masalah pada penelitian ini, batasan dapat dijabarkan sebagai berikut.

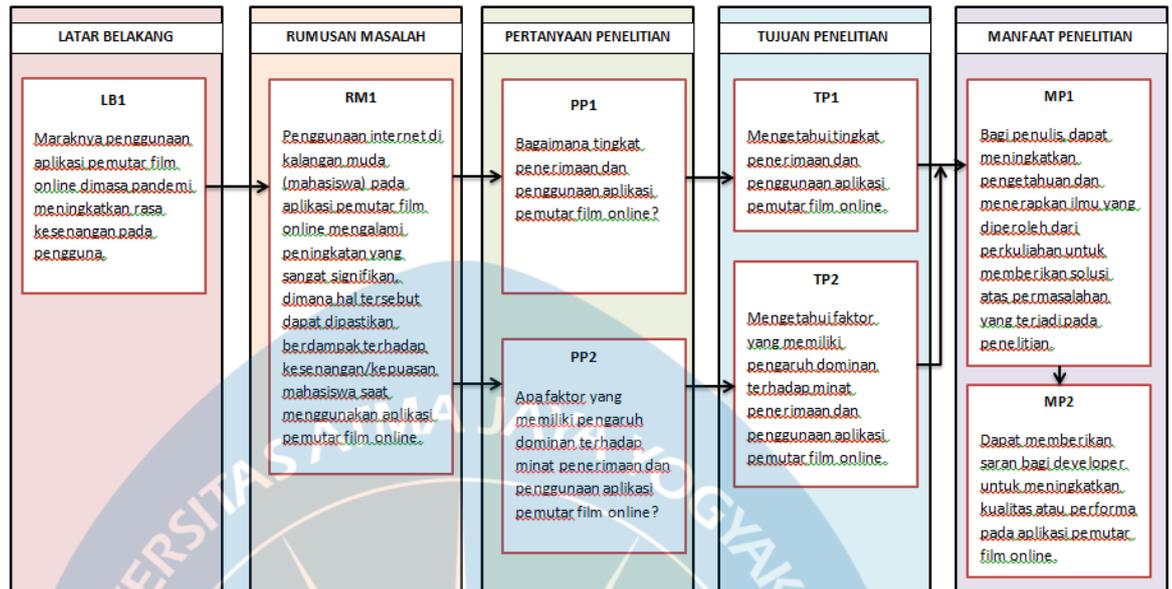
1. Hedonic-Motivation System Adoption Model digunakan sebagai acuan dalam penelitian untuk menganalisis penerimaan aplikasi pemutar film *online*.
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Curiosity*, *Joy*, *Control*, dan *Behavioral Intention to Use*.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Bagi penulis, dapat meningkatkan pengetahuan dan menerapkan ilmu yang diperoleh dari perkuliahan untuk memberikan solusi atas permasalahan yang terjadi pada penelitian.
- b. Dapat memberikan saran bagi developer untuk meningkatkan kualitas atau performa pada aplikasi pemutar film *online*.

1.7 Bagan Keterkaitan



Gambar 1. 1 Bagan Keterkaitan