

**PROSES MERESPON KONTEN INFORMATIF PADA  
INSTAGRAM @NETFLIXID**

**(Studi Kualitatif Pada *Follower* Instagram Netflix Indonesia)**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

**STEPHANI CHRISANDEY ADELIA**

**NPM. 190906897**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2023**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Tuhan Yesus yang selalu senantiasa melimpahkan kasih dan karuniaNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Analisis Model AISAS Melalui Konten Informatif Pada @netflixid (Studi Kualitatif Pada *Followers* Instagram Netflix Indonesia)” dengan baik. Penyusunan skripsi ini dilakukan dengan tujuan memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) serta memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Selama proses penyusunan skripsi, peneliti mendapatkan dukungan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Dalam hal ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ranggabumi Nuswantoro, M.A. selaku dosen pembimbing peneliti yang telah berkenan untuk membantu peneliti selama proses penyusunan skripsi, mulai dari awal hingga pada akhirnya.
2. Papi, Mami, dan Adik Sella yang tidak henti-hentinya mendoakan dan memberikan semangat dalam segala situasi ketika peneliti sedang berada di titik terendah, mulai dari awal perkuliahan hingga penyelesaian skripsi serta keluarga besar peneliti yang juga mendukung peneliti hingga saat ini.

3. Zefanya, Brigitte, dan Dimas sebagai sepupu peneliti sekaligus teman bermain *Mobile Legends: Bang Bang* ketika sedang membutuhkan rehat sejenak selama penyusunan skripsi walaupun peneliti kurang mahir pada saat bermain.
4. Teman-teman seperjuangan peneliti sejak semester satu, Jennifer Walangitan, Graciella Budiprajitno, Regina Lucki, dan Berlianka Adenalia yang telah menjadi teman selama berkuliah di kala susah maupun senang serta memberikan dukungan yang terbaik bagi peneliti mulai dari awal perkuliahan hingga akhir.
5. Cecilia Vinka, Deavohn Yurianto, dan Verrell Siridhata selaku sahabat peneliti sejak SMA yang tetap mendukung dan menghibur di kala peneliti jenuh mengerjakan skripsi serta tidak pernah bosan dengan berbagai keluhan yang peneliti curahkan hingga saat ini.
6. Kak Budi, Kak Anya, teman-teman *Student Ambassador & Lead Support Team* Cicil Ambassador yang telah menemani masa-masa kuliah peneliti dan memberikan semangat selama proses penyusunan skripsi.
7. Teman-teman magang di PT Gama Inovasi Berdikari yang sudah menjadi teman sekaligus memberikan kenangan indah bagi peneliti selama magang dan penyusunan skripsi.
8. Clifford Gian Souisa, ketua Gerakan Pemuda GPIB Menara Kasih 2023/2025 sekaligus teman peneliti yang selalu mengingatkan peneliti untuk menyelesaikan studi tepat waktu dan melayani Tuhan dimanapun

peneliti berada serta Stella Septania Gaudia Wotulo selaku adik dan teman peneliti yang juga menyemangati peneliti dalam situasi apapun.

9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat peneliti cantumkan dalam penyusunan skripsi atas dukungan dan doanya untuk peneliti, baik secara langsung maupun tidak langsung.
10. Terakhir, untuk diri sendiri. Walaupun berbagai tantangan maupun masalah datang, terima kasih sudah tetap bertahan dan melaluinya hingga saat ini.

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam skripsi yang telah disusun ini. Maka dari itu, peneliti terbuka atas kritik maupun saran yang diberikan agar kedepannya skripsi ini dapat lebih baik serta bermanfaat bagi para pembaca. Terima kasih.

Yogyakarta, 7 Juli 2023



Stephani Chrisandey Adelia

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

**PROSES MERESPON KONTEN INFORMATIF PADA INSTAGRAM @NETFLIXID**  
(Studi Kualitatif Pada *Follower* Instagram Netflix Indonesia)

### **SKRIPSI**

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh:

**STEPHANI CHRISANDEY ADELIA**  
NPM. 190906897

disetujui oleh:



**RANGGABUMI NUSWANTORO, M.A.**  
Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2023

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Proses Merespon Konten Informatif Pada Instagram @netflixid (Studi Kualitatif Pada *Follower* Instagram Netflix Indonesia)

Penyusun : Stephani Chrisandey Adelia

NPM : 190906897

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa, 25 Juli 2023

Pukul : 13.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran 3 Universitas Atma Jaya Yogyakarta Kampus 4 Babarsari

### TIM PENGUJI

**Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si.**


Penguji Utama



.....

**Ranggabumi Nuswantoro, M.A.**

Penguji I



.....

**Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom**

Penguji II



.....



.....

**Ranggabumi Nuswantoro, M.A.**

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Stephani Chrisandey Adelia

NPM : 190906897

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Proses Merespon Konten Informatif Pada Instagram @netflixid (Studi Kualitatif Pada *Follower* Instagram Netflix Indonesia)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain. Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 14 Agustus 2023

Saya yang menyatakan,



Stephani Chrisandey Adelia

## **Proses Merespon Konten Informatif Pada Instagram @netflixid**

**(Studi Kualitatif Pada *Follower* Instagram Netflix Indonesia)**

### **ABSTRAK**

Netflix merupakan perusahaan penyedia layanan *video-on-demand* berlangganan yang sudah banyak didengar dan dikonsumsi oleh setiap individu. Netflix menyajikan berbagai jenis layanan video, mulai dari *film*, dokumenter hingga serial drama. Netflix juga memiliki keunggulan dari segi representasi layar dan aksesibilitas layanan untuk menciptakan kenyamanan serta menghindari hambatan bagi para penggunanya. Pemanfaatan Instagram @netflixid menjadi salah satu media komunikasi sekaligus strategi pemasaran bagi Netflix. Dalam hal ini, Instagram @netflixid dapat menjadi media dalam merespon konten informatif untuk mengambil keputusan berlangganan Netflix.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan fenomenologi sebagai pendekatannya. Penelitian ini menggunakan model AISAS sebagai konsep utama dalam menjelaskan respon *follower* Instagram Netflix Indonesia (@netflixid) terhadap konten informatif dalam mencapai tahap pengambilan keputusan berlangganan Netflix.

Melalui penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *follower* Instagram Netflix Indonesia (@netflixid) merespon konten informatif dalam mencapai tahap pengambilan keputusan berlangganan Netflix dengan menggunakan model AISAS sebagai konsep utamanya. Tahapan dalam mengambil keputusan berawal dari *follower* mengetahui keberadaan Netflix dan Instagram Netflix Indonesia (@netflixid), kemudian timbul ketertarikan dengan Netflix setelah mengamati konten informatif. Lalu dilanjutkan dengan menggali informasi lebih lanjut tentang Netflix dan pada akhirnya *follower* mengambil keputusan untuk berlangganan serta membagikan pengalamannya selama menjadi pengguna.

Kata kunci: *video-on-demand*, Netflix, respon *follower*, konten informatif, AISAS



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Kerangka Teori.....	12
1. <i>New Media</i> .....	12
2. Model AISAS ( <i>Attention, Interest, Search, dan Share</i> ) .....	18
F. Kerangka Konsep .....	21
G. Metodologi Penelitian .....	24

1. Jenis Penelitian .....	24
2. Metode Penelitian .....	25
3. Subjek Penelitian .....	25
4. Objek Penelitian .....	27
5. Jenis Data.....	27
6. Teknik Pengumpulan Data .....	28
7. Teknik Analisis Data .....	30
8. Teknik Keabsahan Data.....	34
<b>BAB II: DESKRIPSI OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Deskripsi Objek Penelitian .....	35
1. Penyajian Konten Informatif Pada Instagram Netflix Indonesia (@netflixid) .....	35
B. Deskripsi Subjek Penelitian.....	39
1. Netflix.....	39
2. Asal Usul Netflix Hadir di Indonesia .....	43
3. <i>Followers</i> Instagram Netflix Indonesia (@netflixid).....	44
<b>BAB III: TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
A. Temuan Data .....	47
1. Pengetahuan Umum Mengenai Netflix .....	47

2. Pengetahuan Umum Mengenai Media Sosial Instagram Netflix Indonesia (@netflixid).....	50
3. Ketertarikan Pengguna Netflix Dalam Berlangganan .....	57
4. Penggalian Informasi Lebih Lanjut Mengenai Netflix.....	60
5. Pengambilan Keputusan Berlangganan Netflix.....	65
6. Konten Informatif Pada Media Sosial Instagram Netflix Indonesia (@netflixid) Sebagai Alasan Berlangganan .....	68
7. Penyebaran Konten Informatif Pada Media Sosial Instagram Netflix Indonesia (@netflixid).....	72
8. Pengalaman Pengguna Netflix Selama Berlangganan.....	75
9. Netflix Sebagai Rekomendasi <i>Platform Video-On-Demand</i> Berlangganan .....	79
B. Pembahasan .....	82
1. Pengetahuan Umum Mengenai Netflix dan Media Sosial Instagram Netflix Indonesia (@netflixid) .....	84
2. Ketertarikan Pengguna Netflix Dalam Berlangganan .....	87
3. Penggalian Informasi Lebih Lanjut Mengenai Netflix.....	89
4. Pengambilan Keputusan Berlangganan Netflix.....	92
5. Pengalaman Pengguna Dalam Berlangganan Sebagai Sarana Merekomendasikan Netflix .....	95
BAB IV: PENUTUP .....	98

C. Kesimpulan.....	98
D. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA .....	102
LAMPIRAN.....	105



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pengetahuan Umum Mengenai Netflix Sebagai <i>Platform Video-On-Demand</i> Berlangganan .....	50
Tabel 3.2 Pengetahuan Umum Mengenai Media Sosial Instagram Netflix Indonesia (@netflixid) .....	53
Tabel 3.3 Pengetahuan Umum Mengenai Media Sosial Instagram Netflix Indonesia (@netflixid) Sebagai Sumber Dalam Mengetahui Netflix .....	56
Tabel 3.4 Ketertarikan Pengguna Netflix Dalam Berlangganan.....	60
Tabel 3.5 Media Penggalan Informasi Lebih Lanjut Mengenai Netflix .....	62
Tabel 3.6 Penggalan Informasi Lebih Lanjut Mengenai Netflix .....	65
Tabel 3.7 Pengambilan Keputusan Berlangganan Netflix .....	68
Tabel 3.8 Konten Informatif Pada Media Sosial Instagram Netflix Indonesia (@netflixid) Sebagai Alasan Berlangganan .....	72
Tabel 3.9 Penyebaran Konten Informatif Pada Media Sosial Instagram Netflix Indonesia (@netflixid) .....	75
Tabel 3.10 Pengalaman Pengguna Netflix Selama Berlangganan .....	79
Tabel 3.11 Netflix Sebagai Rekomendasi <i>Platform Video-On-Demand</i> Berlangganan.....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet yang Meningkatkan Setiap Tahunnya.....	2
Gambar 1.2 Grafik Alasan Para Pengguna Media Sosial Menggunakan Media Sosial.....	3
Gambar 1.3 Data Aplikasi Video <i>Streaming</i> Favorit Masyarakat di Indonesia Berdasarkan Survei Populix.....	6
Gambar 1.4 AISAS Sebagai Model Non-Linear.....	20
Gambar 2.1 Jumlah <i>Followers</i> dan Unggahan Konten Instagram Netflix Indonesia.....	36
Gambar 2.2 Konten Informatif Netflix Indonesia – Poster (Foto).....	37
Gambar 2.3 Konten Hiburan Netflix Indonesia – <i>Meme</i> (Foto & Video).....	37
Gambar 2.4 Konten Hiburan Netflix Indonesia – <i>Meme</i> (Foto & Video).....	37
Gambar 2.5 Konten Informatif Netflix Indonesia – <i>Trailer &amp; Teaser</i> (Video).....	38
Gambar 2.6 Konten Informatif Netflix Indonesia – Cuplikan Tayangan (Video).....	38
Gambar 2.7 Kantor Pusat Netflix di Los Angeles.....	40
Gambar 2.8 Logo Netflix.....	41
Gambar 2.9 Simbol Netflix.....	42
Gambar 2.10 Tampilan Layar Netflix Dari Berbagai Jenis Perangkat.....	43
Gambar 2.11 Komunikasi Dua Arah Antara <i>Follower</i> Dengan Admin Instagram @netflixid.....	45

## DAFTAR LAMPIRAN

<i>INFORMED CONSENT</i> .....	105
PEDOMAN WAWANCARA.....	109
CATATAN HASIL OBSERVASI.....	112
Transkrip Wawancara .....	114
Dokumentasi Wawancara.....	202

