

BAB II

DESKRIPSI OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Penyajian Konten Informatif Pada Instagram Netflix Indonesia (@netflixid)

Netflix hadir di Indonesia sebagai layanan *streaming* berlangganan yang dapat dinikmati oleh setiap anggota berlangganannya. Tidak hanya melalui aset perusahaan, Netflix merepresentasikan layanannya melalui media baru yang dikonsumsi oleh masyarakat hingga saat ini. Instagram adalah media baru yang digunakan oleh masyarakat sekaligus sebagai *social media marketing* bagi Netflix dalam memasarkan produknya. Media sosial Instagram Netflix hadir di beberapa negara dengan nama akun yang dipadukan dengan negara bersangkutan, salah satunya adalah Indonesia. Netflix Indonesia (@netflixid) adalah media sosial milik Netflix yang berada di Indonesia dengan 1,3 juta *followers* dan 6.432 unggahan konten (per April 2023).



Gambar 2.1 Jumlah Followers dan Unggahan Konten Instagram Netflix

Indonesia

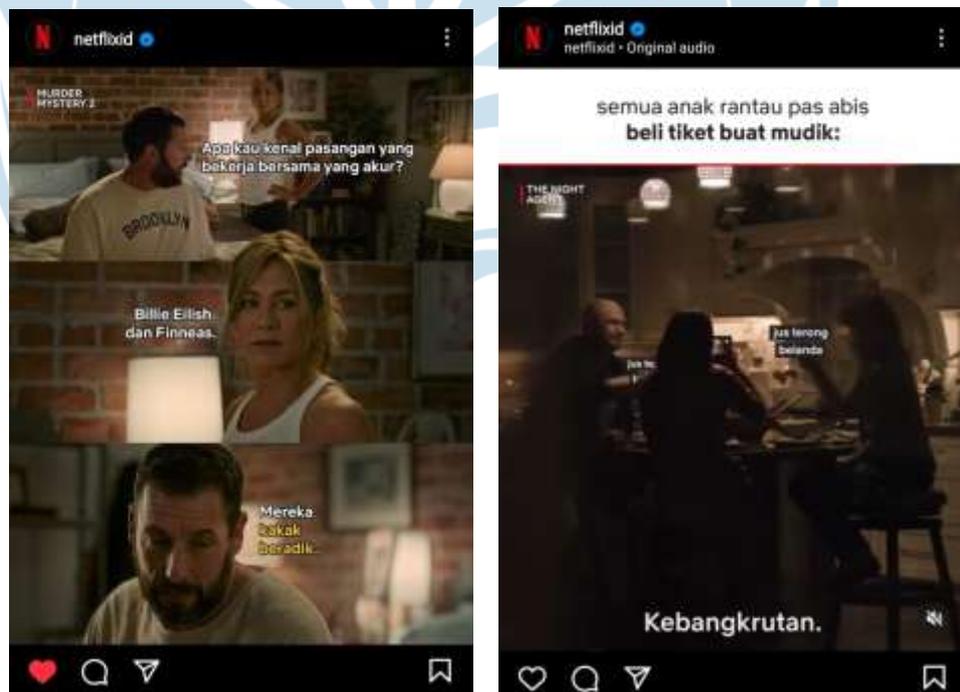
Sumber: Instagram @netflixid

Melihat dari jumlah unggahan kontennya, Instagram @netflixid dapat dikategorikan sebagai media sosial yang sangat aktif terlebih dalam berinteraksi dengan *follower*-nya. Unggahan kontennya pun beragam, mulai dari konten yang informatif hingga konten hiburan. Hadirnya kedua jenis konten ini tidak menutup kemungkinan bagi *follower* dalam menyadari keberadaan Instagram @netflixid hingga tertarik dengan konten-konten yang disajikan. Adapun konten informatif yang disajikan oleh Instagram @netflixid berbentuk foto poster, potongan atau cuplikan tayangan, video *teaser* dan *trailer*. Sementara itu, konten hiburan yang disajikan oleh Instagram @netflixid adalah berbentuk *meme*.



Gambar 2.2 Konten Informatif Netflix Indonesia – Poster (Foto)

Sumber: Instagram @netflixid



Gambar 2.3 & Gambar 2.4 Konten Hiburan Netflix Indonesia – Meme (Foto & Video)

Sumber: Instagram @netflixid



*Gambar 2.5 Konten Informatif Netflix Indonesia – Trailer & Teaser
(Video)*

Sumber: Instagram @netflixid



*Gambar 2.6 Konten Informatif Netflix Indonesia – Cuplikan Tayangan
(Video)*

Sumber: Instagram @netflixid

B. Deskripsi Subjek Penelitian

1. Netflix

Netflix merupakan *platform video-on-demand* berlangganan dan hiburan yang telah mendunia dengan memiliki 130 juta keanggotaan berbayar di lebih dari 190 negara. Sebagai *platform* layanan hiburan yang diminati oleh masyarakat, Netflix menyediakan serial TV, dokumenter hingga *film* panjang dengan *genre* dan bahasa yang beragam. Dalam hal ini, setiap individu yang berlangganan dapat menonton dengan puas, kapan pun dan di mana pun serta melalui layar apa pun yang terhubung dengan internet. Selain itu, Netflix juga menyediakan layanan bagi anggotanya yang berlangganan berupa akses dapat memutar, menjeda hingga melanjutkan tayangan tanpa adanya gangguan iklan. Dengan demikian, setiap individu berlangganan dapat menikmati layanan Netflix secara lebih praktis dan mudah (Netflix, 2018).

Netflix hadir sejak tahun 1997, dimana digagas oleh Reed Hastings dan Marc Randolph yang pada awalnya berencana untuk menyewakan DVD melalui pos. Semakin berkembangnya zaman, Netflix pun mengalami perubahan dalam menyajikan layanan. Mulai dari tahun 2007, Netflix sudah mengenalkan layanan *streaming* kepada para anggotanya agar dapat menonton serial maupun *film* secara langsung. Kemudian, pada 2010 Netflix meluncurkan layanan *streaming* di perangkat seluler yang semakin memudahkan para anggota

berlangganan untuk menonton serial, dokumenter hingga film panjang. Netflix hadir dengan tujuan untuk menghibur setiap anggota berlangganannya secara mendunia tanpa memandang selera hingga tempat tinggal masing-masing. Melalui berbagai perubahan yang telah terjadi beserta dengan tujuannya, Netflix memperoleh lebih dari 200 juta keanggotaan berlangganan pada tahun 2021. Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa Netflix berhasil menghibur anggotanya secara mendunia dengan jumlah yang lebih besar (Netflix, n.d).

Sebagai *platform* yang digunakan oleh masyarakat secara global, Netflix merupakan perusahaan besar yang memiliki aset berupa kantor pusat di beberapa negara. Adapun beberapa kantor pusat yang dimiliki oleh perusahaan Netflix antara lain di Alphaville, Amsterdam, kota London, Los Angeles, Los Gatos, Paris, Singapura, dan Tokyo (Netflix, n.d). Berikut merupakan tampilan dari salah satu kantor pusat yang dimiliki oleh Netflix.



Gambar 2.7 Kantor Pusat Netflix di Los Angeles

Sumber: Netflix, n.d

Tidak hanya kantor pusat, Netflix merupakan perusahaan yang menunjukkan asetnya dalam bentuk logo dan simbol. Melalui panduan logo dan simbol yang terdapat pada *website*, Netflix mengatakan bahwa logo perusahaan ini merupakan logo yang ikonik. Hal ini dapat dilihat dari bentuk logo yang direpresentasikan oleh Netflix berupa lengkungan CinemaScope vintage dan dilengkapi dengan tulisan 'Netflix' berwarna merah. Untuk warna utama yang diambil oleh Netflix adalah merah dengan hitam sebagai warna *background*-nya. Kedua warna utama ini diambil sebagai bentuk terciptanya unsur sinematik yang ingin disampaikan oleh Netflix dibantu dengan layanan dan konten yang ditawarkan (Netflix, n.d).



Gambar 2.8 Logo Netflix

Sumber: Netflix, n.d

Sementara itu, untuk simbol yang direpresentasikan oleh Netflix adalah berupa tulisan huruf 'N' sebagai sebuah 'koneksi' dan 'media *stream* dengan cerita yang tidak pernah ada habisnya'. Secara

sederhana dan ikonik, Netflix merepresentasikan simbol ini sebagai bentuk perusahaan yang memicu pengenalan merek bagi setiap individu yang melihatnya. Melihat jumlah pengguna yang semakin bertambah hingga saat ini, dapat dikatakan bahwa Netflix berhasil membuat setiap individu mengenal layanan yang ditawarkan melalui simbol maupun logonya (Netflix, n. d).



Gambar 2.9 Simbol Netflix

Sumber: Netflix, n.d

Layanan *streaming* yang dapat digunakan di berbagai jenis perangkat merupakan produk sekaligus aset perusahaan milik Netflix. Netflix dapat dinikmati di berbagai jenis perangkat mulai dari ponsel, tablet, *website* hingga TV. Dalam hal ini, setiap individu selaku anggota berlangganan semakin mudah dalam menggunakan layanan *streaming* berlangganan tanpa adanya batasan ruang (Netflix, n. d). Secara visual, tampilan dari Netflix ketika sedang diakses pun nyaman untuk dilihat

sehingga tidak mengganggu setiap pengguna yang akan menonton tayangan di layanan *streaming* berlangganan ini.



Gambar 2.10 Tampilan Layar Netflix dari Berbagai Jenis Perangkat

Sumber: Netflix, n.d

2. Asal Usul Netflix Hadir di Indonesia

Secara global, Netflix sebagai perusahaan dengan *platform* layanan *streaming* berlangganan yang diminati oleh masyarakat. Netflix hadir di lebih dari 190 negara, salah satunya di Indonesia. Manajemen Netflix secara resmi mengumumkan bahwa layanan *streaming* berlangganan ini masuk ke Indonesia pada 7 Januari 2016. Namun, Netflix sempat diblokir oleh Telkom Group pada 27 Januari 2016. Pemblokiran yang dilakukan oleh Telkom Group terjadi karena Netflix belum memenuhi regulasi yang ada di Indonesia (Sebayang, 2019).

Selama 4 (empat) tahun masyarakat Indonesia tidak dapat menikmati layanan *streaming* berlangganan Netflix, hingga akhirnya pada tahun 2020 Telkom Group membuka blokir Netflix di Indonesia.

Telkom Group membuka blokir Netflix di Indonesia karena Netflix menunjukkan komitmennya untuk serius dan mengikuti regulasi yang ada. Netflix sepakat untuk patuh dengan “Self-Regulatory Code for Subscription Video on Demand Industry in ASEAN”. Salah satu kesepakatan yang terdapat dalam regulasi tersebut antara Telkom Group dan Netflix adalah tidak menayangkan konten yang melanggar hak cipta, mengandung pornografi anak, terorisme hingga melanggar Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) serta hal yang mendiskreditkan kelompok masyarakat tertentu (Hasibuan, 2020). Dengan demikian, layanan *streaming* berlangganan Netflix dapat dinikmati oleh masyarakat di Indonesia hingga saat ini.

3. Followers Instagram Netflix Indonesia (@netflixid)

Instagram Netflix Indonesia atau dikenal sebagai @netflixid sebagai salah satu media sosial yang dimiliki oleh Netflix di Indonesia dan digemari oleh masyarakat. Hingga saat ini, media sosial Instagram @netflixid memiliki 1,3 juta *followers* dan setiap unggahannya cukup menarik perhatian bagi *followers*-nya. Admin dari Instagram @netflixid dapat menciptakan relasi yang baik dengan *followers* melalui komunikasi dua arah dan penyajian konten yang informatif dan menarik. Dengan demikian, Instagram @netflixid berhasil merangkul *followers* serta tetap menjalin relasi yang baik. Instagram @netflixid pun semakin digemari oleh *followers* melalui konten-konten yang disajikan.



Gambar 2.11 Komunikasi Dua Arah Antara Follower Dengan Admin

Instagram @netflixid

Sumber: Instagram @netflixid

Dalam penelitian ini, terdapat 4 (empat) *follower* Instagram @netflixid yang dilibatkan oleh peneliti dan selanjutnya disebut sebagai narasumber. Keempat *follower* Instagram @netflixid memiliki kriteria dan status yang beragam, dimana hal ini dapat memperoleh temuan data terkait respon *follower* terhadap konten informatif pada Instagram @netflixid dengan pemaparan yang beragam pula. Berikut merupakan deskripsi singkat mengenai keempat narasumber.

Narasumber 1: Zefanya Debora

Zefanya Debora adalah mahasiswa berusia 20 tahun yang memiliki kesibukan dengan perkuliahannya. Zefanya bertempat tinggal di perkotaan, tepatnya di Kota Bogor. Dalam penelitian ini, Zefanya menjadi narasumber pertama yang sesuai dengan kriteria dan telah diwawancarai oleh peneliti.

Narasumber 2: Dimas Abiandaru

Dimas Abiandaru adalah seorang pelajar berusia 17 tahun yang baru saja menyelesaikan studinya di jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA). Dimas tinggal di wilayah kabupaten, tepatnya di Kabupaten Bogor. Dimas sebagai narasumber kedua yang memenuhi kriteria dan telah diwawancarai oleh peneliti dalam penelitian ini.

Narasumber 3: Cindy Saputri

Cindy Saputri merupakan narasumber ketiga yang sesuai dengan kriteria dan diwawancarai oleh peneliti dalam penelitian ini. Cindy adalah mahasiswa berusia 22 tahun yang baru saja menyelesaikan studinya di perguruan tinggi dan kini berstatus sebagai *fresh graduate*. Cindy memiliki tempat tinggal di wilayah perkotaan, yaitu Palembang, Sumatera Selatan.

Narasumber 4: Antonius Abram

Antonius Abram sebagai narasumber keempat yang memenuhi kriteria dan diwawancarai oleh peneliti dalam penelitian ini. Abram merupakan karyawan di suatu perusahaan swasta, berusia 21 tahun dan memiliki kesibukan dengan pekerjaannya. Abram memiliki tempat tinggal di wilayah kabupaten, yaitu Kabupaten Bogor, Jawa Barat.