

## BAB II

### DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

#### A. PROFIL NETFLIX

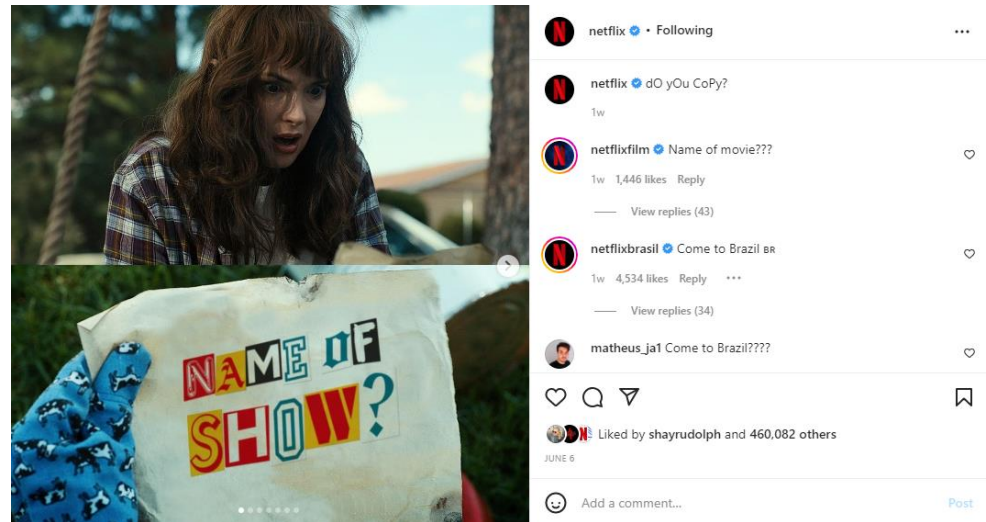
Netflix, Inc merupakan salah satu perusahaan distributor film dalam bentuk DVD yang berasal dari Amerika Serikat. Setelah perjalanan panjangnya sebagai distributor DVD sejak tahun 1997, di tahun 2010 Netflix beralih ke bentuk *video on demand* yang dapat dinikmati pada perangkat digital – seperti Apple dan Android (Netflix, 2020). Netflix menyediakan produk berupa film, serial, dan dokumenter dari berbagai negara. Melansir dari 8 Ways, terhitung sudah lebih jutaan masyarakat dari 190 negara telah menggunakan Netflix (Chamat, 2021).

Netflix merupakan salah satu wadah untuk menonton film, serial, dan dokumenter yang dapat diakses para penggunanya dengan cara berlangganan. Beragam konten yang disediakan Netflix dapat digunakan di *gadget*, Smart TV, bahkan PC/Laptop dengan pilihan paket berlangganan yang beragam (Idris, 2022). Paket yang disediakan oleh Netflix terdiri dari empat jenis, yaitu paket Netflix Mobile seharga Rp.54.000, Paket Dasar/Basic seharga Rp.120.000, Paket Standar seharga Rp.153.000, dan Paket Premium seharga Rp. 186.000 (Idris, 2022). Keseluruhan paket yang disediakan oleh Netflix dapat digunakan dalam bentuk digital atau *streaming*.

Salah satu hal yang membuat Netflix memiliki popularitas tinggi adalah karena memiliki film serial yang eksklusif dan orisinal (Clinton, 2020). Netflix menyediakan film dan serial yang beragam dari berbagai negara, seperti

*Hollywood, Anime, K-Drama, dan Bollywood* yang secara bebas dapat dinikmati oleh para pelanggannya (Netflix, 2020). Netflix juga membuat daftar film dan serial terpopuler dan terbaru di setiap bulannya melalui sosial mediana, salah satunya Instagram @NetflixID (Clinton, 2020).

Praktiknya yang berubah menjadi bentuk digital membuat Netflix juga ikut mengembangkan komunikasi pemasarannya ke dalam bentuk digital, dalam hal ini Netflix memilih *social media marketing* dengan melakukan promosi di Youtube, Twitter, dan juga Instagram di setiap negara (Jemadu, 2021). Akun Netflix secara global dengan akun @Netflix di Instagram pada tahun 2018 mendapatkan 19 juta pengikut dalam satu tahun, akun tersebut diisi dengan postingan yang berisi 78 foto dan 22% video (Chamat, 2019). Akun tersebut diisi oleh Netflix dengan konten promosi serial dan filmnya yang dikemas secara menarik. Saat ini, Netflix tersedia dalam 35 bahasa dan mengunggah postingannya sesuai akun negara yang digunakan (Listen First, 2020).



**Gambar 2. 1** Meme di Akun @Netflix (US)

*Sumber: Instagram Netflix, 2022*

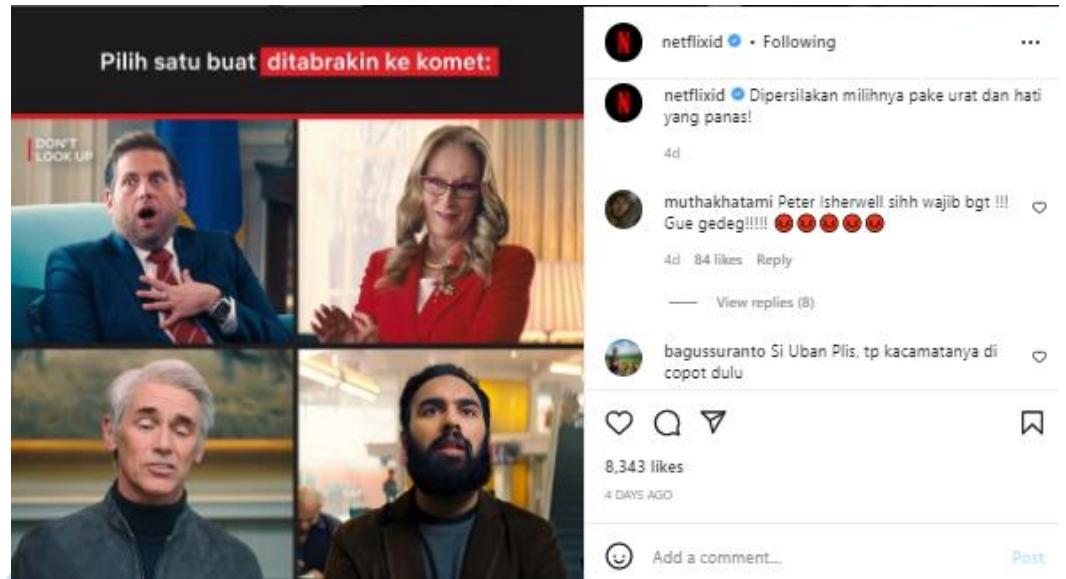
Melansir dari Listen First (2020), Netflix dengan akun sosial mediana mencoba melakukan segmentasi yang lebih terfokus pada audiensnya secara berbeda di setiap negara, dengan pendekatan yang berbeda pula di setiap negara. Meskipun memiliki pendekatan dengan bahasa yang berbeda, pendekatan dengan menggunakan konten yang humoris tetap menjadi identitas Netflix di setiap negara untuk menciptakan interaksi dan *engagement* yang tinggi dengan audiensnya (Chamat, 2019).

## **B. PROFIL NETFLIX INDONESIA**

Di tahun yang sama dengan akun Netflix yang berada di Amerika Serikat, Netflix juga membuat representasi akun di Indonesia dengan nama akun @NetflixID. Akun tersebut dikelola dengan cara yang sama seperti akun @Netflix, yaitu berkomunikasi dengan audiens melalui konten yang dibagikan (Yonathan, 2021). Dengan komunikasi yang terhubung, Netflix

membuat *customer engagement*, atau keterikatan dengan konsumen yang membuat konsumen tertarik pada aktivitas, produk, serta memberikan konten yang memang dibutuhkan oleh konsumen, yaitu dalam bentuk hiburan (Bhargava, 2021).

Pengemasan konten sosial media Netflix dengan menyajikan konten dengan cara yang menarik dilakukan dengan *social listening strategy*, yaitu cara untuk mengembangkan strategi dengan melihat dan mengidentifikasi tren yang disukai oleh audiens terhadap sebuah konten, dalam hal ini Netflix mengunggah konten dalam bentuk *meme* (Bhargava, 2021). *Meme* sendiri menurut *English First* dalam blog-nya merupakan sebuah budaya atau perilaku yang dibagikan ke khalayak karena memiliki konteks yang dianggap mewakili perilaku orang tersebut. Dalam hal ini, Netflix membagikan *meme* dalam bentuk foto dan video dengan menggunakan film, dokumenter, serta serial yang dimilikinya. Penggambaran promosi produknya secara humor dengan gaya bahasa yang digunakan secara konsisten menggambarkan seperti berbicara dengan teman sendiri, sehingga konsumen merasa lebih dekat (Yonathan, 2021).

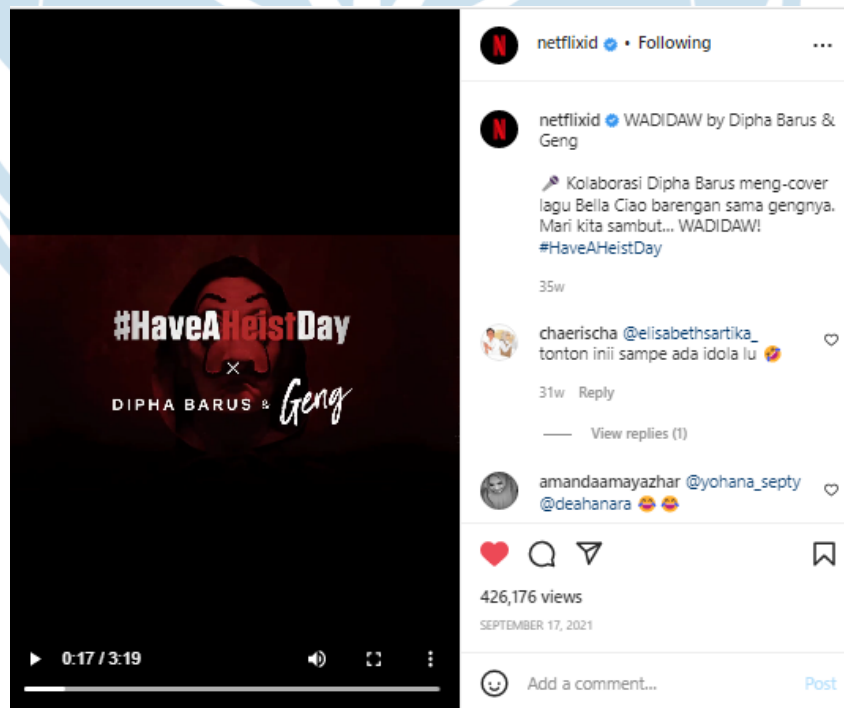


*Sumber: Instagram Netflix Indonesia*

### **Gambar 2. 2** Meme di Akun @NetflixID

Kepercayaan yang telah dibangun Netflix membuat pelanggannya terus bertambah meskipun Netflix tidak melakukan promosi secara langsung atau *hard selling*. Dengan kontennya yang menarik akan selalu memberikan rasa penasaran dan membuat audiens berlangganan Netflix untuk menonton film yang telah dibagikan melalui konten Instagramnya (Yonathan, 2021). Cara promosi yang dilakukan Netflix ikut mengajak para pengikutnya untuk ikut mempromosikan produknya melalui *re-share* atau membagikannya kembali (Yusuf, 2022).

Selain *meme*, akun sosial media Netflix Indonesia juga melakukan kolaborasi dengan para tokoh papan atas ternama di dalam kontennya. Seperti Reza Chandika, Dian Sastrowardoyo, Iyas Lawrence, dan artis-artis ternama lainnya pada konten promosi film dan serialnya. Konten yang dibuat dapat berupa *talkshow*, *review* film atau serial, atau sekadar komentar mengenai film atau serial Netflix yang sedang tayang (Chamat, 2021). Salah satu konten yang dibuat Netflix Indonesia dalam akun @NetflixID adalah lagu berjudul “Wadidaw” yang di buat sebagai promosi serial Money Heist pada tahun 2021 lalu, bersama dengan musisi Dipha Barus sebagai *Music Director*, dan dibawakan oleh Nadin Amizah, Sal Priadi, Isyana Sarasvati, Nassar, dan penyanyi kondang Titiek Puspa (Welly, 2021).



**Gambar 2. 3** Project Lagu ‘Wadidaw’ oleh NetflixID  
*Sumber: Instagram Netflix Indonesia*

Selain lagu dan konten promosi produknya, Netflix juga memberikan informasi mengenai cara pembayaran berlangganan di akun Instagram @NetflixID. Netflix menyediakan cara pembayaran dengan pembayaran digital (GoPay) dan metode pembayaran kartu, baik debit atau kredit dengan VISA (Idris, 2022).

