

# PENGUNAAN APLIKASI *STREAMING* NETFLIX PADA GENERASI Z

Yasmin Anjani<sup>1</sup>, Michael Diandra Wicaksana<sup>2</sup>, Ana Kuswanti<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Jl. RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan

[211041109@mahasiswa.upnvj.ac.id](mailto:211041109@mahasiswa.upnvj.ac.id)<sup>1</sup>, [2110411104@mahasiswa.upnvj.ac.id](mailto:2110411104@mahasiswa.upnvj.ac.id)<sup>2</sup>,

[kuswan\\_tiana77@yahoo.co.id](mailto:kuswan_tiana77@yahoo.co.id)<sup>3</sup>

## ABSTRAK

*Televisi konvensional di era modern ini sudah mulai ditinggalkan. Memuat terlalu banyak iklan, program yang mulai monoton, dan waktu tayang yang tidak fleksibel menjadi beberapa alasan masyarakat meninggalkan televisi konvensional. Kehadiran layanan **streaming** dengan berbagai fiturnya membuat masyarakat mulai beralih dari televisi konvensional. Fenomena tersebut menimbulkan suatu pertanyaan, apakah beralihnya industri media ke **streaming** Netflix mampu memberikan kepuasan dalam mendapatkan informasi dan hiburan dibandingkan televisi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengapa generasi Z saat ini lebih memilih aplikasi layanan **streaming** dibandingkan televisi sebagai media untuk memenuhi kebutuhan informasi maupun hiburan. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan sumber data kepustakaan seperti, buku dan artikel jurnal terdahulu. Hasil penelitian menunjukkan, media **streaming** masih belum mampu menjadi pengganti mutlak televisi konvensional dalam memenuhi kebutuhan konsumsi konten pengguna. Hal tersebut dipicu oleh masyarakat yang enggan untuk membayar biaya berlangganan Netflix yang tidak murah. Berdasarkan aspek hiburan, hadirnya kompetitor layanan **streaming** lainnya yang menawarkan fitur lebih lengkap serta tayangan yang berbeda membuat Netflix tidak mampu menguasai pasar konten hiburan. Sebagai media untuk mencari informasi, identitas diri, dan interaksi/integrasi sosial, Netflix juga belum bisa bersaing dengan aplikasi media sosial yang membuat kepuasan pengguna dalam aspek tersebut berkurang.*

**Kata kunci** : *streaming*, televisi, generasi z, kepuasan

## ABSTRACT

Conventional television in this modern era has begun to be abandoned. Too many advertisements, programs that start to get monotonous, and broadcast times that are not flexible are some of the reasons people leave conventional television. The presence of digital streaming services with all the innovations and features has made society transition from conventional television. This phenomenon raises the question, of whether the shift of the media industry to the Netflix streaming app is able to provide satisfaction in obtaining information and entertainment compared with television. This research aims to find out why the current generation Z prefers streaming service applications over television as a medium to search for information and entertainment needs. This research uses qualitative methods with library data sources such as books and previous journal articles. The results of the study show that streaming media is still not able to be an absolute substitute for conventional television in meeting the needs of users' content consumption. This is due to the society not willing to pay for the expensive subscription fee. Based on entertainment aspects, streaming media competitors offer more advanced features and different shows which made Netflix unable to dominate the industry. As a media tool for searching for information, personal identity, and social interaction or integration, Netflix is also unable to compete with social media apps causing a lack of user satisfaction in these aspects.

**Keywords**: Streaming, Television, Generation Z, Satisfaction

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang kian pesat saat ini melahirkan banyak media baru berbasis internet. Media baru tersebut membantu masyarakat dalam mencari informasi maupun hiburan. Kehadiran media baru seperti internet, membuat media konvensional atau tradisional perlahan mulai ditinggalkan. Dahulu media konvensional seperti radio, televisi, koran, dan lainnya menjadi pintu utama masyarakat untuk memperoleh berbagai informasi serta hiburan. Beberapa alasan televisi kini mulai ditinggalkan oleh masyarakat seperti, siaran televisi memuat terlalu banyak iklan, program acara yang saat ini semakin monoton, waktu tayang yang tidak fleksibel dengan para pemirsa dan berbagai alasan lainnya.

Masyarakat khususnya generasi Z kini mulai beralih ke aplikasi *streaming* karena menawarkan kemudahan akses serta keberagaman konten. Salah satu aplikasi *streaming* yang menjadi pelopor dan memiliki banyak pelanggan saat ini adalah Netflix. Netflix adalah penyedia layanan *streaming* digital berbasis langganan yang didirikan oleh Reed Hastings bersama Marc Randolph pada tahun 1997 di Amerika Serikat (Martins & Riyanto, 2020). Melansir dari situs resmi Netflix, awalnya perusahaan ini merupakan situs penyedia layanan penyewaan DVD pertama yang dikirimkan lewat pos (Netflix, 2023). Mendapat sambutan positif dan antusiasme dari masyarakat AS, mereka akhirnya mulai memperkenalkan sistem *streaming* pada tahun 2007 dan terus berinovasi hingga saat ini untuk memenuhi kebutuhan pelanggan setianya.

Kehadiran aplikasi layanan *streaming* seperti Netflix membuat banyak perubahan di masyarakat dalam memilih tayangan hiburan untuk disaksikan. Mengemas banyak program tayangan dalam satu aplikasi dan kita dapat menontonnya kapan saja tanpa takut tertinggal sepertinya menjadi daya tarik tersendiri dari aplikasi *streaming* bagi masyarakat. Terlebih di masa pandemi Covid-19 sebelumnya yang mengharuskan masyarakat untuk *lockdown* di rumah, tingkat pengguna aplikasi *streaming* justru semakin meningkat. Sementara di lain sisi, dunia pertelevisian menghadapi banyak tantangan kala pandemi Covid-19 menyerang. Banyak kegiatan produksi program yang terhambat karena Pembatasan Sosial Skala Besar (PSBB) serta keterbatasan lainnya menjadi kendala yang dihadapi.

Melansir dari indotelko.com (Rachmawan, 2022), beberapa sumber data global menegaskan bahwa tren menonton program televisi lewat sambungan internet (aplikasi *streaming*) semakin meningkat. Jumlah jam menonton tayangan di aplikasi seperti Youtube dan Netflix ditonton jauh lebih lama ketimbang tayangan televisi biasa atau bisa juga disebut kanal televisi linier. Tak jarang pula dijumpai beberapa orang yang hanya menyalakan televisi untuk membuat *background noise* di tempat tinggalnya

agar tidak merasa sepi atau menjadi teman saat melakukan aktivitas lainnya di rumah. Hal tersebut menunjukkan bahwa minat masyarakat untuk menonton televisi linier sebenarnya sudah mulai menurun.

Kendati demikian, kehadiran layanan *streaming* seperti Netflix di masyarakat tidak melulu berjalan mulus. Masih adanya kekurangan dalam aplikasi, permasalahan dari pihak Netflix, kompetitor yang kini semakin banyak dan lainnya pasti akan mempengaruhi kepuasan dari para pengguna. Secara umum, kepuasan merupakan perasaan puas atau senang terhadap suatu hal yang dapat terpenuhi sesuai dengan harapan. Dalam konteks penelitian ini, puas yang dimaksud adalah kepuasan pelanggan atau *customer satisfaction* terhadap Netflix.

Berdasarkan uraian pada paragraf-paragraf sebelumnya, kami tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai penggunaan aplikasi layanan *streaming* Netflix pada generasi Z. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui mengapa kalangan generasi Z saat ini lebih memilih aplikasi layanan *streaming* dibandingkan dengan televisi konvensional. Kami juga akan meneliti apakah dengan peralihan industri media ke *streaming* digital Netflix mampu memberikan kepuasan dalam mendapatkan informasi dan hiburan dibandingkan televisi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai layanan *streaming*, televisi, dan juga kepuasan pelanggan yang memiliki kesesuaian variabel dengan penelitian ini. Pada penelitian berjudul “Motif dan Kepuasan Pengguna Netflix Sebagai Media Streaming di Kalangan Remaja Kota Denpasar” yang ditulis oleh Ni Putu Pradnya Artika Sari, I Gusti Agung Alit Suryawati, dan Ade Devia Pradipta (Artika Sari dkk., 2021). Artikel jurnal ini membahas mengenai motif apa saja yang membuat remaja Kota Denpasar menggunakan Netflix serta seberapa besar kepuasan yang didapatkan oleh remaja Kota Denpasar saat menggunakan Netflix sebagai layanan media *streaming*. Hasil penelitian tersebut mendapati bahwa terdapat empat motif yang mendorong keinginan remaja untuk menggunakan Netflix yaitu, motif informasi, identitas personal, integrasi dan interaksi sosial, serta hiburan. Dari keempat motif tersebut, motif identitas personal dan hiburan belum mampu memuaskan pengguna Netflix. Hal-hal seperti keinginan pengguna untuk mengetahui karakter maupun tokoh yang menarik dan sesuai di Netflix serta harapan untuk bisa mengenali diri sendiri belum bisa terpuaskan (Artika Sari dkk., 2021). Motif untuk bisa mendapatkan hiburan, rasa senang, mengisi kosongnya waktu serta menghilangkan jenuh atau bosan juga belum bisa memenuhi kepuasan remaja di Kota Denpasar.

Penelitian serupa lainnya berjudul “Media Televisi Di Era Internet” yang ditulis oleh Aceng Abdullah dan Lilis Puspitasari (Abdullah &

Puspitasari, 2018). Jurnal ini membahas mengenai disrupsi dari media baru khususnya media sosial terhadap televisi. Dari penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa keberadaan televisi mulai terganggu oleh keberadaan media sosial. Hal itu dikarenakan generasi milenial kini mulai mengandalkan media sosial sebagai media hiburan dan informasi. Pola menonton televisi juga ikut berubah, karena dengan adanya internet, masyarakat bisa bebas menonton kapan saja dan dimana saja tanpa batasan melalui *gadget*, *smartphone*, dan *laptop*. Hasil penelitian juga menyebutkan bahwa media sosial tidak memiliki aturan serta pengawasan terhadap konten, berbeda dengan televisi yang memiliki lembaga KPI sebagai pengawas dan pembuat peraturan penyiaran yang terbilang cukup ketat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penting untuk dirumuskan masalah dalam penelitian ini yakni mulai beralihnya platform mencari informasi dan hiburan masyarakat kepada aplikasi-aplikasi layanan *streaming*. Berkembangnya teknologi telah merevolusi pasar konten hiburan digital. Masyarakat kini terbiasa dengan konten-konten instan, maka dari itu, layanan-layanan *streaming* digital *on-demand* sangatlah menarik perhatian masyarakat. Berdasarkan masalah tersebut, timbul sebuah rumusan masalah sebagai berikut :

1. Mengapa kalangan generasi Z (khususnya mahasiswa) saat ini lebih memilih aplikasi layanan *streaming* dibandingkan dengan televisi konvensional?
2. Apakah dengan peralihan industri media ke layanan *streaming* digital seperti Netflix mampu memberikan kepuasan dalam mendapatkan informasi dan hiburan dibandingkan televisi konvensional?

## 2. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode pendekatan berupa kepustakaan atau *literature review* dari penelitian terdahulu. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menggunakan data dari kata-kata, baik lisan maupun tulisan dari orang atau pelaku yang bisa diamati oleh penulis (Fitrah & Luthfiah, 2017). Penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam terkait masalah-masalah manusia serta sosial, bukan hanya mendeskripsikan permukaan dari sebuah realitas saja (Adlini dkk., 2022). *Literature review* merupakan suatu kajian ilmiah yang berfokus pada

satu topik tertentu (Cahyono dkk., 2019). Menurut Bettany-Saltikov (dalam Cahyono dkk., 2019), dengan melakukan *literature review*, seorang peneliti dapat mengenali teori atau metode tertentu, mengembangkan dan memperbaharui teori atau metode tersebut, dan menemukan kesenjangan antara teori yang ada dengan relevansi hasil penelitian atau keadaan lapangan.

Penelitian ini menggunakan Teori *Uses and Gratification* sebagai landasan dari penelitian untuk mengukur kepuasan pelanggan. Teori *Uses and Gratification* adalah teori yang menjelaskan tentang sifat khalayak yang aktif dalam mengkonsumsi media sehingga mereka dapat selektif dalam memilih-milih pesan yang diterima (Nindariati, 2019). Dalam hal ini, pengguna media dianggap sebagai agen aktif yang memiliki kontrol atas konsumsi media mereka (Humaizi, 2018). Pada penelitian ini, teori tersebut berfokus pada alasan dari masyarakat dalam menggunakan media tertentu termasuk layanan *streaming* digital Netflix. Menurut teori ini, pengguna memilih untuk menggunakan media tertentu berdasarkan kepuasan, kebutuhan, dan motivasi awal pengguna. Dalam konteks menggunakan layanan *streaming* digital seperti Netflix, pengguna dapat menggunakan Netflix untuk mencari hiburan, informasi, identitas, dan interaksi.

## 3. LANDASAN TEORI

### Aplikasi Streaming

Streaming adalah proses pengiriman data kontinyu secara terus – menerus yang dilakukan secara broadcast, multicast maupun unicast melalui jaringan internet maupun intranet untuk ditampilkan oleh aplikasi *streaming* pada PC ataupun perangkat portable seperti laptop dan mobile phone. Salah satu jenis *streaming* adalah video *streaming* unggahan di Youtube, kemudian live report berita maupun kejadian via *streaming* (Anang.,dkk, 2012).

Streaming adalah teknologi pengiriman data, video atau audio dalam bentuk yang telah dikompresi melalui jaringan internet yang ditampilkan oleh suatu player secara realtime. Pengguna memerlukan player yang merupakan aplikasi khusus untuk melakukan dekompresi dan mengirimkan data berupa video ke tampilan layar monitor dan data berupa suara ke speaker. Sebuah player dapat berupa suatu bagian dari browser atau sebuah perangkat lunak. Inti dari *streaming* adalah membagi data dan encoding, kemudian mengirimkannya melalui jaringan dan pada saat data sampai pada pengguna maka akan dilakukan decoding serta pembacaan data. Ciri-ciri aplikasi *streaming* yaitu distribusi audio, video dan multimedia pada jaringan secara realtime atau on demand, transfer media data digital dari server dan diterima oleh pengguna sebagai realtime stream simultan sehingga pengguna tidak perlu menunggu

keseluruhan data di download karena server mengirimkan data yang diperlukan setiap selang waktu tertentu. Hal ini memungkinkan pengguna untuk menjalankan file content seketika dengan periode buffer pendek. Ada beberapa tipe video streaming antara lain webcast, dimana tayangan yang ditampilkan merupakan siaran langsung (live) dan Video on Demand (VOD), di mana tayangan yang akan ditampilkan sudah terlebih dahulu disimpan dalam server. Faktor-faktor yang mempengaruhi distribusi video streaming melalui jaringan antara lain : besarnya bandwidth, waktu tunda (delay), lost packet, dan juga teknik mendistribusikan video tersebut ke beberapa tujuan secara merata dan efisien.

### Netflix

Netflix adalah layanan streaming berbasis langganan yang memungkinkan anggota kami menonton acara TV dan film di perangkat yang terhubung ke Internet. (Liputan6.com) Liputan6.com, Netflix adalah salah satu layanan streaming video yang paling populer saat ini. Pengguna Netflix bisa menonton film, serial, atau acara TV secara legal. Netflix adalah layanan yang bisa diakses melalui ponsel, laptop, tablet, TV, hingga konsol game.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Jauh sebelum adanya internet, televisi hadir sebagai media massa andalan masyarakat pada zamannya. Menyajikan konten dalam bentuk audio visual menjadikan televisi sebagai suatu teknologi baru yang membawa angin segar kala itu. Ketika teknologi internet hadir, lahirlah suatu cara baru dalam mengakses konten informasi maupun hiburan yaitu melalui *streaming*. *Streaming* merupakan proses pengiriman data berkesinambungan yang dilakukan secara *broadcast* melalui internet untuk ditampilkan oleh aplikasi *streaming* pada gawai penggunanya (Permana dkk., 2019).

Televisi konvensional mulai ditinggalkan masyarakat karena saat ini orang-orang sudah tidak lagi menyesuaikan diri untuk menonton televisi pada jadwal tayang suatu program, tetapi sekarang kita sendiri yang memilih untuk kapan menonton televisi sesuai dengan jadwal kesibukan sehari-hari kita. Beralihnya masyarakat dari televisi ke *streaming* membuat rating program acara di televisi ikut menurun. Hal tersebut terbukti pada acara *Academy Awards* tahun 2017 yang ditayangkan oleh salah satu stasiun televisi di Amerika Serikat. Angka rating dari program tersebut jatuh dan bahkan menjadi angka terendah dalam periode sembilan tahun terakhir. Jumlah penontonnya menurun sekitar 4,4% dibanding penonton acara yang sama di tahun sebelumnya (Abdullah & Puspitasari, 2018).

Melansir dari kpi.go.id (User, 2023), media televisi dan radio kini mulai ditinggalkan. Dibalik fenomena itu, pengguna media sosial justru terus naik tiap tahunnya. Dengan fakta tersebut, membuktikan bahwa masyarakat lebih kecenderungan pada media sosial atau internet dibandingkan televisi. Terbentuk pula pendapat di masyarakat mengenai isi konten televisi yang sudah tidak berkualitas, jenis acara yang monoton, hingga sudah merasa tidak mendapat manfaat dari media ini (User, 2023). Melansir dari portal berita beritasatu.com (BeritaSatu.com, t.t.), dari survei yang dilakukan Nielsen Indonesia tentang internet dan televisi tahun 2022, didapatkan hasil bahwa televisi mengalami penurunan akses. Pada tahun 2019, masyarakat yang menonton televisi menyentuh persentase sebesar 93,7% dan pada 2022 menurun menjadi 81,1%. Hasil berikutnya menunjukkan internet mengalami pertumbuhan yang signifikan yakni dari 55,1% pada 2019 menjadi 76,7% pada 2022.

Generasi Z merupakan golongan yang paling mampu beradaptasi dan memanfaatkan kemajuan teknologi. Generasi Z sendiri merupakan masyarakat yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Generasi Z tumbuh dengan akses internet dan perkembangan teknologi yang pesat sehingga membuat mereka terbiasa mengoperasikan gawai digital seperti *smartphone*, tablet, dan komputer yang terhubung dengan layanan internet. Hal tersebut yang telah membuat mereka teresponse dengan hadirnya layanan *streaming* digital seperti Netflix.

Aktivitas *streaming* konten digital merupakan kegiatan yang perlahan mulai menggeser popularitas menonton televisi konvensional khususnya terhadap golongan generasi Z. Hal ini tentunya dipicu oleh beberapa faktor. Berikut merupakan beberapa faktor yang bisa menjadi penyebab mulai beralihnya konsumsi media generasi Z dari televisi konvensional menjadi layanan *streaming* digital :

- a) Variasi Konten : Layanan *streaming* digital memberikan akses kepada Generasi Z kepada konten yang jauh lebih bervariasi dibandingkan televisi konvensional. Pengguna mampu mengakses film-film keluaran terbaru, serial maupun film yang eksklusif dari luar negeri atau yang hanya tersedia di platform *streaming* digital ataupun, hingga tayangan-tayangan lawas yang sudah tidak ditayangkan di televisi.
- b) Aksesibilitas : Generasi Z yang terbiasa dengan budaya *instant* tentunya membutuhkan konsumsi

media yang *on demand*. Mereka memerlukan hiburan yang bisa diakses dimanapun dan kapanpun. Layanan *streaming* digital mampu memenuhi kebutuhan konsumsi media tersebut dimana selama pengguna terhubung dengan koneksi internet, pengguna mampu mengakses konten dimana saja dan kapan saja. Selain itu, layanan *streaming* digital juga memungkinkan pengguna untuk mengunduh konten dalam gawai digital, sehingga konten tersebut dapat dinikmati walaupun pengguna tidak terhubung dengan internet. Tentunya konsumsi media yang *on demand* tersebut tidak dapat dipenuhi oleh televisi tradisional yang hanya bisa menayangkan program tayangan sesuai dengan jadwal penyiaran.

- c) **Fleksibilitas** : Selain aksesibilitas yang membuat generasi Z menikmati konten dimanapun dan kapanpun, layanan *streaming* digital juga memungkinkan pengguna untuk memilih tontonan apa yang mereka inginkan seperti tontonan dengan genre *action*, *romance*, komedi, dan lain-lain serta dari platform apa yang mereka ingin gunakan seperti Netflix, HBO GO, Disney+ Hotstar, dan lainnya. Selain itu dengan fitur seperti “daftar putar pribadi” yang umum ditemukan di layanan *streaming* digital, dapat memudahkan pengguna untuk mengatur preferensi konten yang sesuai dengan selera mereka berdasarkan tayangan-tayangan yang mereka akses sebelumnya.
- d) **Interaksi** : Generasi Z terbiasa berkomunikasi dan berbagi informasi melalui media sosial. Hadirnya media sosial mampu menjadi platform untuk berbagi pendapat, bertukar pikiran, dan memberi rekomendasi tentang sebuah film yang tersedia di layanan *streaming* digital. Rekomendasi tersebut

memunculkan fenomena sosial yang umum di tengah Generasi Z yaitu FOMO atau *Fear of Missing Out*, yakni sebuah fenomena dimana para Generasi Z tidak mau ketinggalan informasi terhadap trend yang sedang hangat. Melalui rekomendasi film yang di unggah di media sosial, akan semakin banyak orang yang membicarakan film di layanan *streaming* digital tersebut, maka semakin tidak ingin ketinggalannya para Generasi Z yang ingin mengikuti trend. :

Platform *streaming* digital yang tersedia di Indonesia pun kini cukup beragam. Mengutip survey digital yang dilakukan dari Telkomsel, tSurvey.id pada 5-10 Agustus 2022 terhadap 600 responden dengan persentase responden laki-laki sebanyak 58% dan perempuan 42%, Menurut hasil survey tersebut, Disney+ Hotstar merupakan platform *streaming* digital paling laris di Indonesia dengan 70% dari responden merupakan pelanggan, diikuti dengan Netflix 46%, Vidio 41%, Viu dengan 22%, WeTV 15%, Maxstream 10%, dan HBO GO dengan 5%. Dari hasil tersebut 32% menilai harga berlangganan Disney+ Hotstar tergolong lebih murah ketimbang aplikasi lainnya. 19% responden lainnya berpendapat bahwa Viu memiliki harga lebih murah disusul dengan WeTV 18%, Vidio 14%, dan Netflix 6%.

Netflix sendiri merupakan perusahaan yang didirikan pada tahun 1997 di Amerika Serikat. Pada awalnya, Netflix merupakan platform yang menyewakan DVD melalui pengiriman pos. Seiring perkembangan zaman dan teknologi, Netflix beradaptasi dengan kebutuhan akan layanan konten *streaming*. Pada tahun 2007, Netflix berubah menjadi perusahaan penyedia film secara *online* yang berbasis langganan. Perubahan tersebut disambut baik dan antusias oleh masyarakat Amerika Serikat sebagai inovasi serta memberikan pengalaman baru bagi mereka.

Netflix memungkinkan pengguna untuk menonton berbagai konten seperti film, serial televisi, dokumenter, acara televisi dari bermacam-macam negara. Dengan memanfaatkan jaringan internet, pengguna mampu menyaksikan tayangan-tayangan tersebut kapanpun dan dimanapun. Pengguna juga mampu mengunduh tayangan yang mereka inginkan, agar mereka dapat menyaksikannya di lain waktu tanpa harus menggunakan jaringan internet. Netflix mampu diakses dari berbagai macam platform digital seperti, ponsel pintar, laptop, tablet, dan televisi pintar.

Fitur unggulan Netflix lainnya adalah personalisasi dari tiap akun. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mendapatkan rekomendasi tayangan-tayangan berdasarkan genre yang disukai dan tayangan-tayangan yang mereka tonton sebelumnya. Netflix juga menghadirkan *Trailer* dan *Preview* untuk film atau serial yang akan tayang, sehingga penonton mampu melihat cuplikan dari tayangan yang akan mereka tonton sebelum mereka akan menyaksikannya. Netflix juga memiliki mode untuk anak dimana fitur ini akan menawarkan konten yang sesuai dengan usia anak-anak. Fitur ini sangat membantu bagi orang tua yang ingin memonitor tayangan apa yang disaksikan oleh anaknya.

Di Indonesia, Netflix hadir dengan berbagai macam paket berlangganan. Untuk paket termurah yakni paket ponsel, Netflix mengenakan biaya sebesar Rp.54.000,00 untuk berlangganan. Terdapat paket dasar seharga Rp.65.000,00 yang menghadirkan kualitas video dengan resolusi 720p dan sudah memiliki aksesibilitas lengkap yakni dapat diakses melalui ponsel, tablet, komputer, dan televisi. Kemudian terdapat paket standar seharga Rp.120.000,00 yang menawarkan kualitas video dengan resolusi 1080p dengan aksesibilitas yang lengkap. Kemudian yang terakhir merupakan paket termahal yakni paket premium seharga Rp.186.000,00 yang menawarkan kualitas video terbaik dengan resolusi 4k+HDR dan aksesibilitas yang juga lengkap.

Semakin berkembang dan beragamnya layanan *streaming* yang serupa membuat masyarakat memiliki banyak pilihan untuk bisa mendapatkan pemenuhan kepuasan mereka. Meskipun layanan *streaming* kini sudah menjadi media favorit dan utama di kalangan generasi Z, tentunya *streaming* tetap memiliki kekurangan maupun keluhan yang disampaikan oleh pengguna. Pada Netflix, masih muncul beberapa keluhan dari pengguna saat mengakses *website* maupun aplikasi Netflix. Keluhan-keluhan yang masih dialami yaitu seperti perangkat yang tidak ter-*update* dengan *software* baru sehingga tidak bisa membuka Netflix, baik melalui *website* atau aplikasi. Permasalahan lainnya dari aplikasi *streaming* ini adalah pelayanan untuk penanganan masalah pengguna oleh pihak Netflix yang belum maksimal dan belum bisa memberikan solusi terbaik bagi masalah yang dihadapi pengguna (Humairoh & Aziz, 2022).

Mengutip (Artika Sari dkk., 2021), berdasarkan penelitian terhadap kepuasan terhadap salah satu platform *streaming* digital tersebut yakni Netflix sebagai media *streaming* di kalangan remaja di kota Denpasar, berikut adalah akumulasi skor rata-rata dari motif dan kepuasan menggunakan Netflix:

Pada aspek informasi, dapat dilihat bahwa nilai kepuasan yang didapatkan (*Gratification Obtained*) yakni 4,21, lebih besar dibandingkan dari nilai kepuasan yang diharapkan (*Gratification Sought*) yakni sebesar 4.18. Hal tersebut dapat diartikan bahwa kepuasan pengguna dari aspek informasi dapat terpuaskan serta sesuai dengan harapan mereka. Pada aspek identitas personal, dapat

dilihat bahwa nilai kepuasan yang didapatkan (*Gratification Obtained*) yakni 3,83, lebih kecil dibandingkan dari nilai kepuasan yang diharapkan (*Gratification Sought*) yakni sebesar 3.84. Dengan perolehan angka tersebut, ini menunjukkan bahwa pemenuhan aspek identitas personal dalam aplikasi Netflix belum mampu memuaskan remaja di Kota Denpasar.

Pada aspek integritas dan interaksi sosial, dapat dilihat bahwa nilai kepuasan yang didapatkan (*Gratification Obtained*) yakni 3.96, lebih besar dibandingkan dari nilai kepuasan yang diharapkan (*Gratification Sought*) yakni sebesar 3.95.

Tabel 1. Hasil Uji Motif Dan Kepuasan Menggunakan Netflix

Jenis Motif	<i>Gratification Sought</i> (GS)	<i>Gratification Obtained</i> (GO)
Informasi	4.18	4.21
Identitas personal	3.84	3.83
Integrasi & Interaksi Sosial	3.95	3.96
Hiburan	4.57	4.51
Rata-Rata	4.14	4.13

Sumber data: (Artika Sari dkk., 2021)

Berdasarkan angka nilai kepuasan yang didapat lebih besar daripada angka nilai kepuasan yang didapat, hal tersebut menandakan aspek integritas dan interaksi sosial remaja Kota Denpasar dalam menggunakan Netflix telah terpenuhi dan memuaskan. Hasil temuan berikutnya yaitu aspek hiburan, dapat dilihat bahwa nilai kepuasan yang didapatkan (*Gratification Obtained*) yakni 4,51, lebih kecil dibandingkan dari nilai kepuasan yang diharapkan (*Gratification Sought*) yakni sebesar 4.57. Dari angka tersebut menunjukkan bahwa aspek hiburan belum bisa memuaskan pengguna Netflix secara maksimal.

Berdasarkan hasil temuan bahwa hanya setengah dari variabel motif yang dapat terpenuhi oleh penggunaan Netflix sebagai media *streaming* yakni motif informasi serta motif interaksi dan integrasi sosial dikarenakan nilai *Gratification Sought* lebih kecil dibandingkan nilai *Gratifications Obtained*. Hal ini mengindikasikan kepuasan yang didapat oleh responden dari penggunaan Netflix dalam motif informasi dan motif interaksi dan integrasi sosial melebihi kepuasan yang diharapkan. Setengah dari variabel motif lainnya yakni motif identitas personal dan motif hiburan menunjukkan hasil ketidakpuasan. Dapat dilihat dari nilai *Gratifications Sought* yang lebih besar berbanding dengan nilai *Gratifications Obtained*.

Berdasarkan teori *uses and gratification*, kebutuhan pengguna media akan terpenuhinya motif penggunaan dalam media dapat terpenuhi jika media yang digunakan dapat memenuhi motif atau kebutuhan yang diharapkan oleh pengguna. Situasi tersebut disebut dengan media yang efektif (Kriyantono, 2006). Berdasarkan akumulasi nilai rata-rata secara keseluruhan motif dan kepuasan penggunaan Netflix sebagai layanan *streaming* digital hasil penelitian yang terlampir, nilai *Gratification Sought* yakni 4.14 masih lebih besar dibandingkan nilai *Gratification Obtained* yakni 4.13. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Netflix belum dapat memberikan kepuasan yang maksimal kepada responden, meskipun dengan peralihan zaman dan perkembangan teknologi, Netflix memiliki fitur-fitur yang lebih menunjang dibandingkan televisi konvensional.

Realitas dalam peralihan teknologi yang membuat Netflix sebagai layanan *streaming* digital unggul secara fitur dan pamor dibandingkan dengan televisi konvensional, tidak membuat Netflix mampu memenuhi kebutuhan konsumsi media pada penggunaannya. Dapat dilihat meski dengan kemajuan teknologi dan dengan segala kemudahan yang ditawarkan, Netflix masih belum mampu menjadi pengganti mutlak televisi tradisional dalam memenuhi kebutuhan konsumsi konten dari penggunaannya. Pemenuhan konten seperti informasi serta hiburan belum bisa memberikan kepuasan yang maksimal pada pelanggan. Faktor pendapatan dari

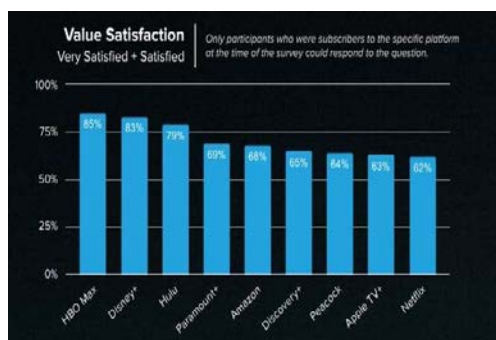
generasi Z dapat menjadi pengaruh mengapa kepuasan mereka terhadap Netflix berkurang. Hal tersebut dikarenakan Netflix merupakan platform *streaming* digital yang memberikan tarif yang tidak murah bagi penggunaannya untuk dapat berlangganan.

Berdasarkan hasil penelitian yang tertera pada tabel 1, motif yang belum terpenuhi ialah motif hiburan dan identitas personal. Tidak terpenuhinya motif hiburan dapat dipicu oleh faktor kejenuhan masyarakat terhadap teknologi. Teknologi menawarkan begitu banyak opsi tontonan sehingga justru dengan opsi yang begitu banyak, pengguna tidak dapat menentukan tontonan apa yang mereka ingin saksikan. Ketersediaan beberapa konten film, serial dan acara televisi yang tidak rilis di Netflix namun tersedia di platform *streaming* digital lain, juga mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna terhadap Netflix. Penggemar film dari Marvel Studios tidak akan bisa menonton film dan serial kesukaannya sebab Netflix tidak menghadirkan konten-konten tersebut. Konten-konten tersebut rilis secara eksklusif di platform kompetitor Netflix, yakni Disney+ Hotstar.

Hasil ketidakpuasan terhadap motif identitas sosial dapat disebabkan oleh tidak adanya validasi sosial yang didapatkan pengguna ketika menggunakan layanan *streaming* digital Netflix. Identitas bahwa seorang individu merupakan seorang pengikut trend menonton film tertentu di Netflix hanya bisa didapatkan ketika individu tersebut melakukan interaksi sosial, baik secara langsung maupun melalui media sosial.

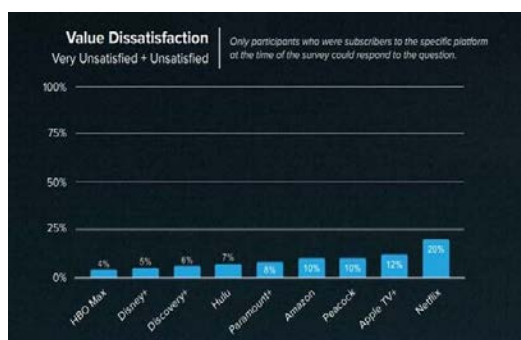
Realitas tersebut terjadi dikarenakan individu baru mampu melihat serta memberikan validasi ketika individu itu sendiri membagikan pengalamannya melalui interaksi sosial. Berdasarkan data pendukung lainnya dari laporan survey kepuasan pelanggan *streaming* di Amerika Serikat tahun 2022 oleh Whip Media, data mengungkapkan bahwa Netflix mengalami penurunan pada segi nilai kepuasan pelanggan.

Mengutip dari laporan Whip Media, disebutkan bahwa Netflix mengalami penurunan ranking dalam nilai kepuasan pelanggan serta kehilangan beberapa pelanggan setianya di AS (Whip Media, 2022). Hal utama yang menyebabkan penurunan tersebut adalah kenaikan biaya berlangganan yang baru saja ditetapkan pihak Netflix serta hadirnya kompetitor baru di ranah aplikasi layanan *streaming* sehingga persaingan menjadi lebih ketat.



Sumber data: (Whip Media, 2022)

4.1 Gambar 1. Data Value Satisfaction Aplikasi Streaming



Sumber data: (Whip Media, 2022)

4.2 Gambar 2. Data Value Dissatisfaction Aplikasi Streaming

Berdasarkan laporan dari Whip Media, mereka menilai kepuasan menurut kualitas konten yang disajikan serta biaya berlangganan dari aplikasi *streaming*. Meninjau dari data tersebut, terlihat *value satisfaction* dari Netflix jatuh ke urutan paling terakhir dengan persentase sebesar 62%. Ini menandakan para pelanggan belum merasa puas dengan kualitas konten serta biaya berlangganan yang ditawarkan oleh Netflix. Pada gambar 2, disajikan data *value dissatisfaction* untuk melihat seberapa besar ketidakpuasan pelanggan terhadap Netflix. Melihat data yang tersaji, Netflix menjadi aplikasi *streaming* yang paling tidak memuaskan dari delapan aplikasi lainnya dengan persentase 20%.

Menurut survei Whip Media, penurunan signifikan ini terjadi karena pelanggan merasa biaya berlangganan yang harus dibayar saat ini tidak setimpal dengan apa yang mereka dapatkan (Whip Media, 2022). Hal ini cukup berbeda dengan penawaran-penawaran yang diberikan oleh Netflix pada pelanggan di tahun sebelumnya. Kenaikan biaya yang tidak diimbangi dengan peningkatan kualitas Netflix tersebut yang menjadikan pelanggan mulai surut. Faktor lainnya yang juga menjadi pengaruh penurunan ranking Netflix ini adalah dengan fitur lebih lengkap, konten yang variatif, serta biaya berlangganan yang lebih terjangkau.

Penurunan ranking pada aplikasi layanan *streaming* Netflix tidak membuat pamornya seketika jatuh dan meredup. Netflix harus mengerahkan usaha yang lebih dari biasanya untuk bisa mempertahankan pelanggan atau bahkan mengembalikan situasi dimana Netflix menjadi platform layanan *streaming* unggulan masyarakat. Upaya yang bisa Netflix lakukan untuk mengembalikan situasi adalah dengan memproduksi berbagai konten yang variatif agar pelanggan tidak bosan dan beralih ke platform layanan *streaming* lainnya.

## 5. KESIMPULAN

Penggunaan aplikasi layanan *streaming* seperti Netflix, saat ini memang sudah mulai menggantikan televisi konvensional sebagai media untuk mendapatkan informasi maupun hiburan. Generasi Z yang tumbuh bersama akses internet serta diiringi dengan perkembangan teknologi yang pesat, membuat mereka terbiasa mengoperasikan gawai digital. Ada beberapa faktor yang membuat generasi Z mulai beralih dari televisi konvensional ke layanan *streaming* Netflix yaitu; variasi konten, aksesibilitas, fleksibilitas, serta interaksi. Realitanya, berbagai keunggulan dan kemudahan yang dimiliki oleh Netflix masih belum mampu memenuhi beberapa aspek kepuasan dari para pengguna di kalangan generasi Z.

Berdasarkan dari beberapa data yang ditemukan, dapat disimpulkan bahwa Netflix belum bisa memberikan kepuasan yang maksimal bagi penggunanya terutama pada motif identitas personal dan motif hiburan. Artinya hasil menunjukkan, Netflix masih belum mampu menjadi pengganti mutlak televisi konvensional dalam memenuhi kebutuhan konsumsi konten dari penggunanya. Netflix perlu membuat konten yang menarik dan berbeda dengan pesaing lainnya. Netflix juga harus lebih memahami karakteristik pelanggannya agar mampu memenuhi harapan pengguna terhadap layanan *streaming* ini. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti hal serupa, dapat menambahkan beberapa variabel yang mungkin belum kami sajikan. Peneliti juga bisa lebih spesifik lagi pada populasi generasi Z yang akan diteliti agar hasil penelitian dapat diuji dan terbukti validitas datanya sesuai dengan kondisi sebenarnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., & Puspitasari, L. (2018). Media Televisi Di Era Internet. *ProTVF*, 2(1), 101. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i1.19880>
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspol: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980.



- <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Anang, T., M. Noor Al Azam., Dwi R. (2012). Aplikasi Radio Streaming Menggunakan Server Icecast2 Berbasis Android. *Jurnal Monitor*, Vol. 1, No. 1, Juli 2012
- Artika Sari, N. P. P., Alit Suryawati, I. G. A., & Pradipta, A. D. (2021). Motif Dan Kepuasan Pengguna Netflix Sebagai Media Streaming Di Kalangan Remaja Kota Denpasar | E-Jurnal Medium. *MEDIUM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2(2), 52–59.
- BeritaSatu.com. (t.t.). *Internet Gantikan Peran Televisi? Ini Kata Nielsen Indonesia*. beritasatu.com. Diambil 9 Juni 2023, dari <https://www.beritasatu.com/lifestyle/1007063/internet-gantikan-peran-televisi-ini-kata-nielsen-indonesia>
- Cahyono, E. A., Sutomo, & Hartono, A. (2019). Literatur Review ; Panduan Penulisan Dan Penyusunan. *Jurnal Keperawatan*, 12(2), Article 2.
- Fitrah, Muh. & Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus* (1 ed.). CV Jejak.
- Humairoh, N. D., & Aziz, F. (2022). Pengaruh User Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Pengguna Netflix. *e-Proceeding of Management*, 9(4), 2307–2319.
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. USU Press: Perpustakaan Nasional; Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Imran, H. A. (2016). Penggunaan Tv Streaming Di Kalangan Masyarakat Perkotaan (Streaming Tv Use Among Urban Communities). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 20(2), 119–137.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (1 ed.). Kencana Prenada Media Group.
- Martins, M. A. J., & Riyanto, S. (2020). The Effect of User Experience on Customer Satisfaction on Netflix Streaming Services in Indonesia. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(7), 573–577.
- Netflix. (2023). *About Netflix—Beranda*. About Netflix. Diambil pada 9 Juni 2023, dari <https://about.netflix.com/id>
- Nindariati, L. (2019). *Kepuasan Komunitas Fans Bts Riau Terhadap Tayangan Billboard Music Awards 2018 Di Net Tv* [Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. <http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/15923>
- Permana, R. S. M., Abdullah, A., & Mahameruaji, J. N. (2019). Budaya Menonton Televisi di Indonesia: Dari Terrestrial Hingga Digital. *ProTVF*, 3(1), 53. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.21220>
- Rachmawan, D. (2022). *Masa depan industri televisi Indonesia | IndoTelko Mobile*. indotelko.com. Diambil pada 7 Juni 2023, dari [https://www.indotelko.com/cdn.ampproject.org/v/s/www.indotelko.com/amp/read/1649640648/masa-televisi-indonesia?amp\\_gsa=1&amp\\_js\\_v=a9&usqp=mq331AQKKAFOArABIIACAw%3D%3D#amp\\_tf=From%20%251%24s&aoh=16779203595408&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&ampshare=https%3A%2F%2Fwww.indotelko.com%2Fread%2F1649640648%2Fmasa-televisi-indonesia](https://www.indotelko.com/cdn.ampproject.org/v/s/www.indotelko.com/amp/read/1649640648/masa-televisi-indonesia?amp_gsa=1&amp_js_v=a9&usqp=mq331AQKKAFOArABIIACAw%3D%3D#amp_tf=From%20%251%24s&aoh=16779203595408&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&ampshare=https%3A%2F%2Fwww.indotelko.com%2Fread%2F1649640648%2Fmasa-televisi-indonesia)
- Setiawan, H., Pawito, P., & Purwasito, A. (2022). The Television Existence in the Age of on-Demand Video Streaming. *Jurnal ASPIKOM*, 7(2), 194. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v7i2.1050>
- Suciani & Ayu Rahma Hamida. (2022). FoMO dalam Kebiasaan Generasi Z Menonton Platform Streaming. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 2(2), 75–88. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v2i2.1079>
- User, S. (2023, Maret 3). *GLSP Bali: Masyarakat Diharap "Bantu" KPI dan Jangan Tinggalkan TV & Radio*. Komisi Penyiaran Indonesia. Diambil pada 7 Juni 2023, dari <https://kpi.go.id/id/umum/38-dalam-negeri/36926-glsp-bali-masyarakat-diharap-bantu-kpi-dan-jangan-tinggalkan-tv-radio>
- Whip Media. (2022). *Streaming Satisfaction Report | Evolving Perceptions of Value: The Shifting Sands of SVOD (US Edition)* (Streaming

Satisfaction Report) [Survey streaming satisfaction report]. Whip Media: TV Time.

<https://www.whipmedia.com/wp-content/uploads/2022/06/US-Streaming-Satisfaction-Report-2022.pdf>

Zaqiwali, B., Puspadarmaja, N., & Agustiningrum, H.

(2021). Representasi Platform Video Streaming dalam Kepuasan Penonton. *Jurnal Health Sains*, 2(7), 1205–1218.

<https://doi.org/10.46799/jsa.v2i7.263>