

TERPAAN MEDIA STREAMING NETFLIX DAN KUALITAS APLIKASI NETFLIX TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN (Survei Pada Gen Z Di Perumahan Citra Gran, Cibubur)

Ilna Vicenovie Oisina Situmeang
Dosen Pascasarjana Universitas Persada Indonesia YAI
Ilnaoisina@yahoo.com

ABSTRAK

Netflix merupakan media streaming berbasis langganan untuk menonton dan mengunduh tayangan video acara TV dan film yang menghadirkan pilihan konten video premium dengan berbagai genre yang menarik untuk ditonton terutama untuk para remaja. Dengan adanya fenomena besarnya kalangan remaja yang menjadi pengguna smartphone dan terus berkembangnya pasar aplikasi mobile, Netflix hadir di Indonesia sebagai aplikasi menonton video online berbasis mobile streaming. Adapun yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh terpaan media streaming Netflix dan kualitas aplikasi Netflix terhadap keputusan penggunaan pada Gen Z di Perumahan Citra Gran Cibubur. Menggunakan teori Uses and Gratification. Pendekatan penelitian mix methode dengan sampel penelitian sebanyak 100 orang responden. Nilai koefisien (R) sebesar 0,786. Koefisien korelasi tersebut memiliki hubungan yang positif dengan tingkat hubungan yang termasuk korelasi kuat. Ini berarti terdapat hubungan positif erat antara Terpaan media streaming dan kualitas aplikasi terhadap keputusan menggunakan Netflix pada Gen Z di perumahan Citra Gran Cibubur. Hasil uji F menunjukkan nilai f hitung 10.765 dan nilai sig sebesar 0,000. Maka diketahui bahwa nilai f hitung lebih besar dari f tabel (3,09) dan nilai sig lebih kecil dari 0,05. Dapat dikatakan bahwa variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian peneliti menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara terpaan media streaming dan kualitas aplikasi terhadap keputusan menggunakan.

Keyword: Terpaan media, media streaming, Netflix, Kualitas aplikasi dan Keputusan menggunakan

PENDAHULUAN

Media konvensional dan media online sekarang berkembang menjadi sarana untuk hiburan atau *entertain*. Media menjadi sarana bagi masyarakat dalam mendapatkan hiburannya. Hiburan yang dapat berupa lagu, film, *games*, dan sebagainya. Sebelum teknologi berkembang pesat, manusia mendapatkan hiburannya hanya melalui lingkungan sekitar dan dari media konvensional saja.

Namun sekarang, perkembangan teknologi yang sangat canggih dan berhasil membuat semua hal menjadi serba digital, maka media hiburan pun beralih ke bentuk digital. Di mana manusia dengan mudah mendapatkan hiburannya melalui tayangan melalui media digital atau *handphone* mereka dan dapat mereka akses di mana saja dan kapan saja dengan mengakses aplikasi.

Aplikasi merupakan jenis perangkat

lunak menggabungkan beberapa fitur dan dapat diakses dengan mudah oleh penggunanya (Verdianto, 2022). Secara umum, aplikasi hiburan berisikan film-film atau *series-series* dengan berbagai *genre* dari berbagai negara, Aplikasi tersebut ada yang gratis dan ada berbayar. Program Tayangan yang ditayangkan melalui media digital tersebut biasa disebut dengan istilah “media *streaming*” membutuhkan koneksi internet untuk mengaksesnya, untuk mengunduh tayangan untuk ditonton secara *offline* juga membutuhkan koneksi internet.

Media *streaming* biasa digunakan Gen-Z sebagai sarana mereka mendapatkan hiburan. Masyarakat Gen-Z merupakan generasi masyarakat yang lahir di tahun 1996-2009 dianggap melek teknologi. Gen-Z ini sangat erat hubungannya dengan teknologi digital, atau media *streaming*. Banyak ragam jenis aplikasi yang dipilih Gen-Z yang sesuai dengan kebutuhan dan kepribadian. Karena masing-masing aplikasi memiliki daya tarik dan kelebihannya. Salah satu aplikasi media *streaming* terbaik di dunia adalah Netflix (Pusparisa, 2021).

Netflix merupakan aplikasi yang digunakan masyarakat Gen-Z. Netflix memberikan berbagai jenis tayangan atau program. Bukan hanya menayangkan film atau *series* saja, namun juga memproduksi

sendiri film atau *series* dengan tim produksi mereka. Banyak tayangan dalam aplikasi tersebut yang *fresh and new*. Netflix hadir di hampir seluruh belahan dunia, termasuk Indonesia. Netflix merupakan salah satu aplikasi yang memulai gemparan media *streaming* berhasil memunculkan aplikasi- aplikasi *streaming* lainnya. Bahkan sampai saat ini, Netflix masih berada di posisi tinggi sebagai media *streaming* yang memberikan pengaruh terbesar.

Kualitas yang diberikan menjadikan Netflix sebagai media *streaming* terbaik. Aplikasi mudah digunakan, dengan fitur-fitur sederhana membuat penggunanya mudah dalam menggunakan. Mudah diakses, pengguna hanya perlu melakukan langganan dan dapat menonton tayangan Netflix di manapun dan kapanpun, Netflix menyediakan fitur *download*, di mana pengguna dapat mengunduh tayangan yang ingin disaksikan terlebih dahulu dengan koneksi internet, dan kemudian dapat disaksikan nanti meskipun tanpa koneksi internet.

Netflix menyediakan *subtitle* dan terjemahan bahasa utama yakni Inggris, serta bahasa lain seperti Indonesia, Mandarin, Spanyol, dan lain-lain. Bukan hanya terjemahan dalam bentuk teks saja, Netflix menyediakan fitur *voiceover* atau terjemahan langsung disuarakan orang

yang menerjemahkan dengan beberapa pilihan bahasa. Tampilan Netflix sederhana dengan poin penting dapat langsung ditemukan pengguna. Terdapat fitur rekomendasi film atau serial banyak ditonton di halaman utama, sehingga ketika pengguna merasa kebingungan tentang tayangan apa yang ingin ditonton, mereka dapat mendapatkan rekomendasi dan kualitas lain disediakan Netflix menjadikan aplikasi *streaming* terbaik.

Kualitas yang diberikan Netflix yang meningkatkan keputusan berlangganan masyarakat, khususnya Gen-Z, menyukai hal-hal yang menarik perhatian namun terdapat kemudahan. Banyak aplikasi *streaming* lain menarik, namun sulit digunakan karena fiturnya yang terlalu banyak dan cenderung menyulitkan. Keputusan menggunakan aplikasi Netflix akan muncul apabila produk yang ditawarkan menarik dan memberikan kemudahan dan menyenangkan. Hal tersebut diberikan Netflix serta diterima Gen-Z sehingga dengan kualitas baik berhasil menimbulkan minat berlangganan Gen-Z.

Dari fenomena diatas membuat peneliti tertarik untuk meneliti penelitian tentang aplikasi Netflix pada generasi Z yang berada di perumahan Citra Gran Cibubur, hal ini dikarenakan sering sekali Promo khusus pendaftaran dilaksanakan di

Ruko perumahan Citra Gran Cibubur. Adapun yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Seberapa besar pengaruh terpaan media streaming Netflix dan kualitas aplikasi terhadap Keputusan penggunaan” (Survei Pada Gen Z Di Perumahan Citra Gran, Cibubur)?

Teori Uses and Gratification

Uses and Gratification salah satu teori dan pendekatan yang sering digunakan dalam komunikasi yang berarti Pengguna (*Uses*) isi media untuk mendapatkan pemenuhan (*Gratification*) atas kebutuhan seseorang. Pendekatan uses and gratifications adalah sebuah pendekatan untuk memahami mengapa khalayak secara aktif mencari media yang khusus yang dapat memenuhi kebutuhan khalayak. Menurut Effendy Pendekatan uses and gratifications merupakan salah satu pendekatan untuk memahami komunikasi massa yang berpusat pada khalayak. Pendekatan Uses and Gratification ditujukan untuk menggambarkan proses penerimaan dalam komunikasi massa dan menjelaskan penggunaan media oleh individu atau agregasi individu (Ariestama & Zulfebriges, 2021).

Terpaan media membahas atau mengukur berapa lama atau frekuensi individu dalam menggunakan program

media. Seberapa lama menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan. Seberapa banyak frekuensi atau seberapa lama durasi individu diterpa program dalam media. Terpaan berbicara bagaimana individu diterpa berbagai macam informasi yang diberikan media, Kemudian akan berpengaruh dan terjadi efek-efek dalam individu. Terdapat 3 dimensi dari terpaan program media (Rizki & Edriana, 2017), yaitu:

1. Frekuensi, yaitu meliputi rutinitas atau berapa kali seseorang menggunakan media dan mengonsumsi isi pesan dari media.
2. Durasi, yaitu meliputi berapa lama seseorang menggunakan media dan mengonsumsi isi pesan dari media.
3. Atensi, yaitu tingkat perhatian yang diberikan seseorang dalam menggunakan media dan mengonsumsi isi pesan dari media.

Kualitas aplikasi digunakan para pengguna untuk menilai aplikasi yang sudah dirancang oleh server. Banyaknya aplikasi yang berkembang saat ini membuat perusahaan ingin mengetahui bagaimana penilaian pelanggan terhadap aplikasi yang diberikan Nelson et al menjelaskan bahwa kualitas aplikasi dapat diukur dengan lima dimensi diantaranya Reliabilitas; Fleksibilitas; Integrasi; Aksesibilitas dan waktu respon. Namun

menurut Delone & McLean mengatakan bahwa untuk mengukur kualitas sistem informasi memerlukan enam elemen yang terdiri dari: *System quality*; *Information quality*; *Service Quality*; *Use*, *User Satisfaction* dan *Net Benefit*.

Menurut Hamilton & Chervany mengatakan bahwa dalam pengukuran aplikasi terdiri dari beberapa dimensi yaitu: *Easy of Use* (Kemudahan dalam menggunakan); *Response time* (Kecepatan Akses); *Reliability* (Keandalan Aplikasi); *Flexibility* (fleksibilitas) dan *Security* (Keamanan). Menurut Somers et al mengatakan bahwa dimensi dari kualitas aplikasi terdiri dari *Content* (Isi), *Accuracy* (akurasi); *Format* (Format); *Timeliness* (Ketepatan Waktu) dan *Easy of Use* (Kemudahan dalam penggunaan). Kualitas aplikasi Netflix berhubungan dengan kepuasan pengguna. Menurut Goodwin & Silver (Sakti, 2013) kemudahan untuk digunakan ini berkaitan dengan interaksi pengguna (user) dengan aplikasi berjalan dengan lancar, dan intensitas penggunaan tidak dibatasi.

Menurut (Tjiptono, 2018) keputusan pembelian adalah proses pengenalan masalah oleh konsumen dilanjutkan dengan pencarian informasi mengenai produk yang dianggap dapat menyelesaikan masalah dan mengevaluasi kemudian mengarah pada keputusan

pembelian. Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian mengkombinasikan sikap dan pengetahuan mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih dan memilih salah satu diantaranya (Sangaji, (Sianturi et al., 2021)). Terdapat empat dimensi keputusan pembelian, yaitu: Pengenalan kebutuhan dan pencarian informasi produk, Keinginan untuk menggunakan produk, Keinginan untuk membeli produk dan Pengambilan keputusan pembelian.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H0: Terdapat pengaruh signifikan antara terpaan media streaming Netflix dan kualitas aplikasi terhadap Keputusan penggunaan (Survey pada Mahasiswa UPN Veteran Jakarta);

H1: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara terpaan media streaming Netflix dan kualitas aplikasi terhadap Keputusan penggunaan (Survey pada Mahasiswa UPN Veteran Jakarta).

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian Mix Methode dimana pendekatan kuantitatif dikuatkan dengan penelitian kualitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Gen Z Di Perumahan Citra Gran, Cibubur sejumlah 455 Gen Z sedangkan yang menjadi

sampel penelitian sejumlah 100 orang responden yang diambil dengan menggunakan rumus slovin presisi 10%, dengan menggunakan non probability sampling dengan Teknik purposive sampling dengan syarat melakukan pembelian (berlangganan) Netflix.

Teknik pengumpulan data dengan cara primer menggunakan penyebaran kuesioner dan wawancara mendalam dan dengan cara sekunder menggunakan studi Pustaka. Teknik analisis data dalam penelitian ini dengan melakukan Uji coba melalui Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, Uji Korelasi, Uji Regresi dan Uji Hipotesis dengan Uji T dan Uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dan uji reliabilitas menjadi konsep untuk mengevaluasi kualitas penelitian. Validitas digunakan untuk mengukur akurasi riset, sedangkan reliabilitas untuk menilai konsistensi pada isi hasil riset. Dalam penelitian ini diperoleh hasil untuk uji validitas untuk variabel X1, yaitu:

Tabel. 1 Hasil Uji Validitas Variabel X1

Pernyataan	R-tabel	Tanda	R-hitung	Keterangan
X1-P1	0,361	>	0,579	VALID
X1-P2	0,361	>	0,411	VALID
X1-P3	0,361	>	0,628	VALID
X1-P4	0,361	>	0,554	VALID
X1-P5	0,361	>	0,630	VALID
X1-P6	0,361	>	0,582	VALID

Sumber: Hasil olah data SPSS

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa dari 6 butir pernyataan dalam kuesioner, semua butir pernyataan dinyatakan valid karena nilai r-hitung

diatas r-tabel dan semua pernyataan siap digunakan untuk penelitian ke sampel penelitian sebesar 100 responden.

Tabel. 2 Hasil Uji Validitas Variabel X2

Pernyataan	R-tabel	Tanda	R-hitung	Kesimpulan
X2-P1	0,361	>	0.621	VALID
X2-P2	0,361	>	0.553	VALID
X2-P3	0,361	>	0.597	VALID
X2-P4	0,361	>	0.634	VALID
X2-P5	0,361	>	0.672	VALID
X2-P6	0,361	>	0.701	VALID
X2-P7	0,361	>	0.576	VALID
X2-P8	0,361	>	0.549	VALID
X2-P9	0,361	>	0.697	VALID
X2-P10	0,361	>	0.722	VALID

Sumber: Hasil olah data SPSS

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa dari 10 butir pernyataan dalam kuesioner, semua butir pernyataan diatas valid. Hal tersebut dapat diartikan karena 10 butir pernyataan

memiliki r hitung lebih besar dari r tabel. Pernyataan yang valid tersebut siap digunakan untuk penelitian selanjutnya dengan sampel sebesar 100 responden.

Tabel. 3 Hasil Uji Validitas Dari Variabel Y

Pernyataan	R Hitung	Tanda	R Tabel	Kesimpulan
Y-P1	0,361	>	0,562	VALID
Y-P2	0,361	>	0,663	VALID
Y-P3	0,361	>	0,671	VALID
Y-P4	0,361	>	0,705	VALID
Y-P5	0,361	>	0,598	VALID
Y-P6	0,361	>	0,499	VALID
Y-P7	0,361	>	0,683	VALID
Y-P8	0,361	>	0,557	VALID
Y-P9	0,361	>	0,684	VALID
Y-P10	0,361	>	0,719	VALID

Sumber: Hasil olah data SPSS

Berdasarkan tabel diatas terdapat 10 butir pernyataan dalam kuesioner, semua butir pernyataan diatas valid. Hal tersebut dapat diartikan karena 10 butir

pernyataan memiliki r hitung lebih besar dari r tabel. Pernyataan yang valid tersebut siap digunakan untuk penelitian selanjutnya dengan sampel sebesar 100.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1

Cronbach's Alpha	Cronbach;s Alpha Based on Standardized Item	N of Item
0,902	0,921	6

Sumber : Hasil olah data SPSS

Berdasarkan tabel tersebut, hasil uji realibilitas Postingan Instagram adalah sebesar 0.902 dan dinyatakan reliable dikarenakan hasil nilai dari *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.60. Maka dapat

disimpulkan bahwa kuesioner ini dinyatakan konsisten dalam mengukur postingan instagram dan dinyatakan *reliable*.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2

Cronbach's Alpha	Cronbach;s Alpha Based on Standardized Item	N of Item
0,898	0,906	10

Sumber : Hasil olah data SPSS

Berdasarkan tabel tersebut, hasil uji reliabilitas *Cyber bullying* adalah sebesar 0.898 dan dinyatakan *reliable* dikarenakan hasil nilai dari *Cronbach's Alpha* lebih

besar dari 0.60. Maka dapat disimpulkan bawa kuesioner ini dinyatakan konsisten dalam mengukur *cyber bullying* dan dinyatakan *reliable*.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1

Cronbach's Alpha	Cronbach;s Alpha Based on Standardized Item	N of Item
0,924	0,941	10

Sumber : Hasil olah data SPSS

Berdasarkan tabel tersebut, hasil uji reliabilitas popularitas artis adalah sebesar 0.924 dan dinyatakan *reliable* dikarenakan hasil nilai dari *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.60. Maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner ini dinyatakan konsisten dalam mengukur popularitas dan dinyatakan *reliable*.

usia 23-25 tahun memiliki persentase 30%. Berdasarkan jenis kelamin, terdapat 65% perempuan dan terdapat 35% responden laki-laki

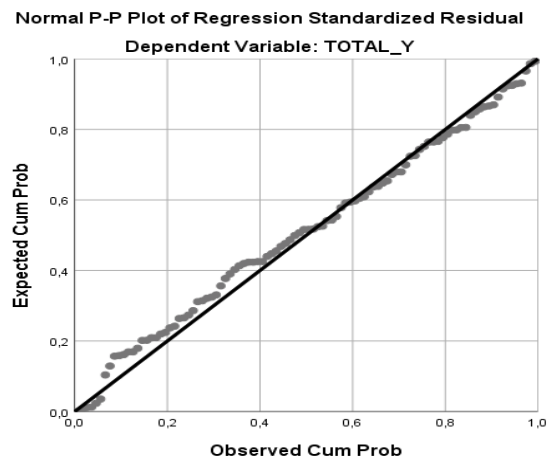
Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan grafik normal *p-pplot of regressions standardized residual*.

Profil Responden

Responden dalam penelitian ini terdapat sebanyak 100 orang. Responden dengan rentang usia dari 17–19 tahun memiliki persentase 20%, responden dengan usia 20–22 tahun memiliki persentase 50% dan responden dengan

Gambar. 1 Hasil Uji Normalitas Data



Sumber data: Data Kuesioner yang telah diolah di SPSS

Dapat dilihat dari gambar diatas bahwa titik menyebar di sekitar dekat sumbu diagonal dan mengikuti garis diagonal, hal ini membuktikan bahwa data penelitian berasal dari populasi yang

berdistribusi normal. Maka model regresi dinyatakan memenuhi asumsi normalitas.

Uji Korelasi Sederhana

Tabel 7. UJI KORELASI SEDERHANA

Correlations

		TOTAL X1	TOTAL X2	TOTAL Y
TOTAL X1	Pearson Correlation	1	,287**	,779**
	Sig. (2-tailed)		,004	,000
	N	100	100	100
TOTAL X2	Pearson Correlation	,287**	1	,689**
	Sig. (2-tailed)	,004		,000
	N	100	100	100
TOTAL Y	Pearson Correlation	,779**	,689**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data Kuesioner yang telah diolah di SPSS

Dari tabel diatas hasil uji korelasi antara X1: Terpaan Media Streaming dan

Y: keputusan menggunakan, dapat disimpulkan bahwa Terdapat hubungan

antara X1 dan Y, hal ini dapat dilihat dari nilai Sig yang menunjukkan nilai 0.000 di mana nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Hubungan antara 2 variabel tersebut adalah hubungan yang positif, yang artinya apabila terdapat peningkatan pada variabel Terpaan Media Streaming maka Keputusan Menggunakan akan mengalami peningkatan. Nilai koefisien korelasi *Person Correlation* sebesar 0.779. Tingkat hubungan antara kedua variabel termasuk dalam korelasi sedang, karena berada dalam interval 0,60-0,799 dengan tingkat hubungan kuat.

Dari tabel diatas hasil uji korelasi antara variabel X2 Kualitas Aplikasi dan Y:

Keputusan menggunakan, dapat disimpulkan bahwa Terdapat hubungan antara variabel X2 dan Y, hal ini dapat dilihat dari nilai Sig yang menunjukkan 0,000 di mana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hubungan antara 2 variabel tersebut adalah hubungan yang positif, yang artinya apabila terdapat peningkatan pada variabel Kualitas aplikasi maka keputusan menggunakan juga akan mengalami peningkatan. Nilai koefisien *Person Correlation* sebesar 0,689. Tingkat hubungan antara kedua variabel termasuk dalam korelasi kuat, karena berada dalam interval 0,60 – 0,799 dengan tingkat hubungan kuat.

Tabel 8. UJI KORELASI BERGANDA
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,786 ^a	,637	,552	1,986	,631	39.672	2	97	,000

a. Predictors: (Constant), TOTAL X2, TOTAL X1

b. Dependent Variable: TOTALY

Sumber: Hasil olah data SPSS

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai koefisien (R) sebesar 0,786. Koefisien korelasi tersebut memiliki hubungan yang positif dengan tingkat hubungan yang termasuk korelasi kuat karena berada interval 0,60 – 0,799 dengan tingkat

hubungan yang kuat. Ini berarti terdapat hubungan positif erat antara Terpaan media streaming dan kualitas aplikasi terhadap keputusan menggunakan Netflix pada Gen Z di perumahan Citra Gran Cibubur.

Uji Regresi Beranda

Tabel. 9 Uji Regresi Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	9,261	1,809		5,125	,000
	TOTAL X1	,295	,042	,579	7,033	,000
2	(Constant)	2,411	1,963		1,330	,187
	TOTAL X1	,374	,038	,457	6,106	,000
	TOTAL X2	,312	,044	,425	5,684	,000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Hasil olah data SPSS

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 2,411 + 0,374X_1 + 0,312X_2$$

Hasil dari tabel diatas terlihat jika variabel Terpaan media streaming dianggap konstan, maka nilai Keputusan menggunakan sebesar 2,411 satuan. Apabila nilai Terpaan media streaming meningkat satu-satuan dan Kualitas

aplikasi Netflix adalah konstan, maka nilai keputusan menggunakan akan meningkat 0.374 satuan. Apabila nilai kualitas aplikasi meningkat satu-satuan dan nilai Terpaan media streaming adalah konstan, maka nilai Keputusan menggunakan akan meningkat 0,312 satuan.

Uji T

Tabel. 10 Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2,610	1,963		1,330	,001
	TOTAL X1	,233	,038	,457	2.873	,002
	TOTAL X2	,252	,044	,425	3.006	,001

a. Dependent Variable: TOTAL Y

Sumber : Hasil olah data SPSS

$$T \text{ tabel : } (\alpha/2 ; df) = (0,1/2 ; 97) = (0,05 ; 97) = 1,664$$

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai t hitung variabel X1: terpaan media streaming, didapat nilai sebesar 2.873 dan nilai sig 0.002. Berdasarkan nilai yang diperoleh, menunjukkan t hitung lebih besar dari t tabel 1,664 dan nilai sig tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti variabel terpaan media streaming memiliki pengaruh

terhadap keputusan menggunakan Netflix. Untuk t hitung pada variabel X2: Kualitas aplikasi didapatkan nilai sebesar 3,006 dan nilai sig 0,001. Dari hasil ini menunjukkan jika t hitung lebih besar dari t tabel 1,664 dan nilai sig tersebut lebih kecil dari 0,05. Ini berarti variabel kualitas aplikasi mempengaruhi variabel keputusan menggunakan.

Hasil Uji F

Tabel. 11 UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	830,293	2	415,147	10.765	,000 ^b
	Residual	825,417	97	8,509		
	Total	1655,710	99			

a. Dependent Variable: TOTAL Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL X2, TOTAL X1

Sumber : Hasil olah data SPSS

$$F \text{ tabel : } (k ; n-k) = (2 ; 100-2) = (2 ; 98) = 3,09$$

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan jika hasil signifikansi dari hasil uji F menunjukkan nilai f hitung 10.765 dan nilai sig sebesar 0,000. Maka diketahui bahwa nilai f hitung lebih besar dari f tabel (3,09) dan nilai sig lebih kecil dari 0,05. Dapat dikatakan bahwa variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian peneliti menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara terpaan media streaming dan

kualitas aplikasi terhadap keputusan menggunakan.

Pembahasan

Salah satu atau bahkan aplikasi media *streaming* terbaik di dunia adalah Netflix (Pusparisa, 2021). Netflix adalah aplikasi yang digunakan oleh banyak sekali masyarakat Gen-Z. Netflix sendiri merupakan aplikasi yang didirikan pada tahun 2008 oleh Reed Hasting dan Marc Randolph di Scotts Valley, California.

Netflix memberikan berbagai jenis tayangan atau program. Netflix masih berada di posisi tinggi sebagai media *streaming* memberikan pengaruh terbesar.

Netflix mulai masuk ke Indonesia pada Januari 2016. Netflix merupakan sebuah layanan streaming yang memungkinkan para anggotanya untuk menonton film atau acara TV tanpa adanya iklan dan dapat diakses melalui perangkat yang tersambung keinternet. Netflix sebuah layanan streaming yang legal dan menjadi wadah bagi orang-orang yang ingin menonton dan menikmati film dan series dengan berbagai jenis genre dan dari berbagai jenis negara. Netflix dapat diakses melalui www.netflix.com atau dapat diunduh melalui smarthphone dan alat elektronik lainnya yang bekerja sama dengan Netflix.

Pada teori *uses and gratification* dikatakan bahwa kebutuhan khalayak akan terpenuhi apa motif khalayak dalam media dapat terpenuhi dan dalam motif ini media dianggap berusaha untuk memenuhi motif dari khalayak Jika media tersebut dapat memenuhi motif atau kebutuhan yang dicari oleh khalayak maka media tersebut merupakan media yang efektif.

Hasil wawancara yang peneliti lakukan berdasarkan dari motif pengguna media Manusia yang menjadi pengguna media tentunya mempunyai motif dalam

menggunakannya. Motif-motif itu merupakan suatu dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu dalam hal ini memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media termasuk pada penggunaan aplikasi Netflix. McQuail (1991) membagi motif penggunaan media oleh individu ke dalam empat kelompok, yaitu: (1) Motif Informasi (2) Motif Identitas Pribadi (3) Motif Integrasi dan Interaksi Sosial (4) Motif Hiburan (Rifai & Fourqoniah, 2022).

Hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada Tuvia yang merupakan Gen Z dari Cluster Central Garden mengatakan bahwa:

Saya menggunakan Netflix untuk mencari hiburan dengan menonton film-film keren, dan saya menilai bahwa Netflix merupakan aplikasi yang memiliki kualitas baik dan memenuhi keinginan saya dalam menonton film-film dan program TV. Kualitas aplikasi Netflix juga tidak perlu diragukan lagi, karena menurut saya sejauh ini media streaming yang paling baik masih Netflix.

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan didapatkan hasil bahwa menonton di Netflix dipengaruhi dengan Motif Informasi dimana responden menggunakan

aplikasi netflix untuk mendapatkan informasi terbaru tentang film dan juga acara TV yang disukai dan juga mendapatkan ilmu pengetahuan. Dalam mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan pada film dan acara TV di Netflix dan merasa lega setelah responden selesai menonton. Motif Identitas Pribadi dimana responden menggunakan Netflix biasanya dilakukan untuk dapat berinteraksi/bertukar pendapat dengan sesama anggota pencinta film.

Hal ini diperkuat oleh wawancara yang dilakukan kepada Daniel yang merupakan salah satu responden dalam penelitian ini mengatakan bahwa:

Saat Lelah dengan urusan sekolah biasanya saya menonton film di Netflix, menurut saya dengan Netflix saya mendapatkan informasi tentang film-film dan juga acara TV yang memang saya sangat jarang sekali mengaksesnya. Biasanya saya setelah nonton film di Netflix bertukar pendapat sama teman-teman di WAG membahas film tersebut enurut versi masing-masing

Selain itu juga responden menggunakan Netflix sebagai Motif Integrasi dan Interaksi Sosial dimana dengan menonton Film dan Acara TV di Netflix untuk terus mendapatkan bahan obrolan yang menarik untuk dibahas bersama teman-teman dan juga anggota

keluarga lainnya. Dengan menggunakan Netflix juga sebagai Motif Hiburan dikarenakan responden menyatakan bahwa Film dan Acara TV di Netflix memiliki alur cerita yang seru. Untuk program yang tersedia responden mengatakan bahwa kategori Film dan Acara TV yang beragam membuat responden merasa betah menggunakan Netflix.

Dalam penelitian ini dari hasil wawancara yang peneliti lakukan bahwa dengan menonton Netflix mengatakan bahwa setuju mendapatkan motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi dan motif hiburan. namun Hal tersebut berbeda dengan hasil penelitian (Rifai & Fourqoniah, 2022) yang mengatakan bahwa responden penelitian yang menonton Netflix tidak setuju terhadap indikator motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial.

PENUTUP

Nilai koefisien (R) sebesar 0,786. Koefisien korelasi tersebut memiliki hubungan yang positif dengan tingkat hubungan yang termasuk korelasi kuat karena berada interval 0,60 – 0,799 dengan tingkat hubungan yang kuat. Ini berarti terdapat hubungan positif erat antara Terpaan media streaming dan kualitas aplikasi terhadap keputusan menggunakan Netflix pada Gen Z di perumahan Citra

Gran Cibubur.

Hasil uji F menunjukkan nilai f hitung 10.765 dan nilai sig sebesar 0,000. Maka diketahui bahwa nilai f hitung lebih besar dari f tabel (3,09) dan nilai sig lebih kecil dari 0,05. Dapat dikatakan bahwa variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian peneliti menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara terpaan media streaming dan kualitas aplikasi terhadap keputusan menggunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariestama, M., & Zulfebriges. (2021). Pengaruh Terpaan Media Streaming Musik terhadap Minat Dengar pada Mahasiswa Kota Bandung. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 7(2), 405–409.
- Pusparisa, Y. (2021, Mei 14). *Netflix Kuasai Pasar Video Streaming Global*. Diambil kembali dari [databoks.katadata.co.id/https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/14/netflix-kuasai-pasar-video-streaming-global](https://databoks.katadata.co.id/databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/14/netflix-kuasai-pasar-video-streaming-global)
- Rifai, N. A., & Fourqoniah, F. (2022). *MOTIF REMAJA DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI NETFLIX DI KOTA SAMARINDA (Anggota Komunitas Samarinda Movie Mania)*. 10(3), 129–143.
- Rizki, M. A., & Edriana, P. (2017). Pengaruh Terpaan Media Sosial Intsagram Terhadap Citra Destinasi dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Kampung Warna Warni Jodipan, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 49(2), 157–164.
- Sakti, A. (2013). *Manajemen Teknologi*. Graha Ilmu.
- Sianturi, H. P., Hapsari Lubis, T. W., & Ginting, S. O. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Wings Surya Tbk pada Mahasiswa STIE Mikroskil. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11(1), 25–36. <https://doi.org/10.55601/jwem.v11i1.773>
- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andy Offset.
- Verdianto, D. A. (2022). *Program Aplikasi-Pengertian, Fungsi, dan Jenis-Jenisnya*. Teknogram.