

BAB I

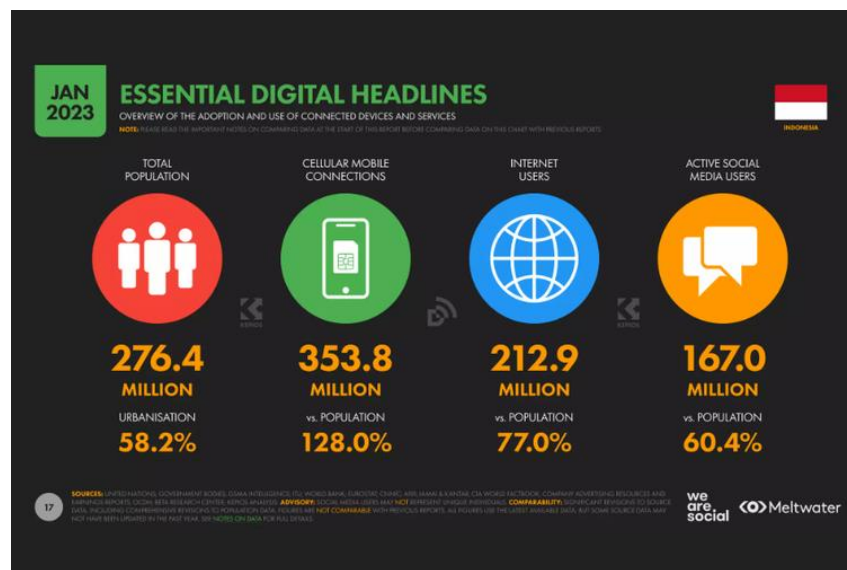
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi akan semakin canggih dan sulit diprediksi akan seperti apa di masa depan. Namun, tidak diragukan lagi bahwa teknologi akan selalu memainkan peran penting dalam kehidupan. Kemajuan teknologi juga telah mengubah transformasi informasi dari analog menjadi digital. Digitalisasi dapat menyederhanakan pertukaran dan akses informasi secara global. Perkembangan alat komunikasi dapat didorong oleh perkembangan teknologi dan persaingan sedemikian rupa sehingga inovasi sangat penting untuk kelangsungan hidup perusahaan. Kehadiran inovasi dalam sebuah organisasi akan meningkatkan kompleksitas organisasi tersebut. Kesadaran manusia akan pentingnya mendapatkan banyak informasi melalui media sosial terus meningkat sesuai dengan pertumbuhan teknologi dan digitalisasi yang semakin hari semakin maju, dan kehadiran teknologi juga dapat menstimulasi minat masyarakat untuk menggunakan internet (Arianto, 2022).

Internet merupakan sistem jaringan komunikasi elektronik yang dapat menyatukan antara alat yang satu dengan alat yang lain di berbagai belahan dunia. Internet menunjukkan bahwa pengembangan teknologi menjadi semakin kompleks (Apriyanti *et al.*, 2022). Di zaman ini, internet telah menjadi keperluan utama bagi banyak orang. Kehadiran internet memudahkan setiap individu untuk melakukan aktivitas sehari-hari.

Berbagai kelompok usia, mulai dari usia dini hingga lanjut usia, sering memanfaatkan Internet. Entah itu untuk berkomunikasi, berbelanja *online*, bermain game, berbisnis, menggunakan media sosial, atau sekadar mencari hiburan. Tidak mengherankan jika hal ini berdampak besar pada lingkungan bisnis, terutama di industri hiburan (Nofiani, 2021).



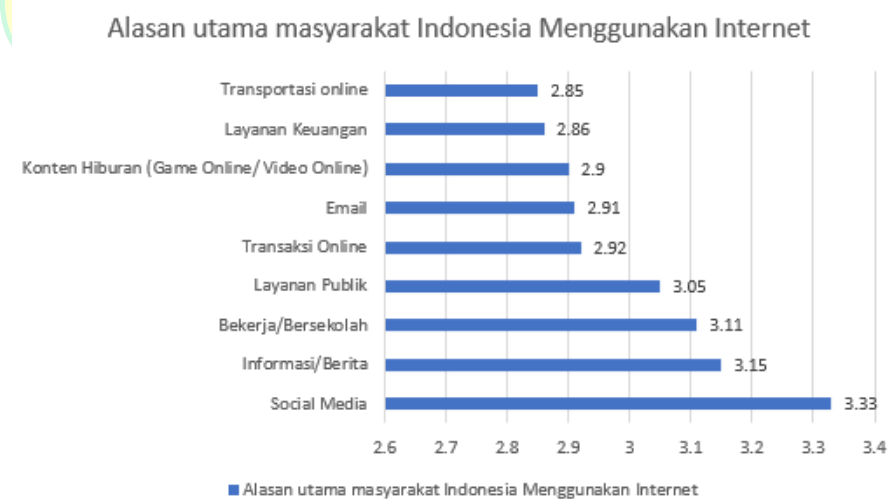
Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Teknologi di Indonesia

Sumber: *We are social* Maddalena, (2023)

Dari gambar 1.1 dapat dijelaskan bahwa jumlah pengguna internet yang terdaftar di Indonesia mencapai 212,9 juta orang pada Januari 2023, yang berarti jumlah pengguna teknologi di Indonesia saat ini mencapai 77% (212,9 juta orang) dan sisanya yaitu 23% (63,51 juta orang) yang belum menggunakan internet. Dan saat ini terdapat 167 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia dari jumlah populasi 276,4 juta orang. Dibandingkan dengan setahun lalu, yaitu Januari 2022, tercatat angka pengguna internet di Indonesia hanya 202 juta jiwa dan angka pengguna internet ini meningkat

5,44%. Mayoritas penduduk Indonesia menghabiskan durasi 7 jam 42 menit per hari untuk mengakses internet. Mayoritas pengguna internet Indonesia, 98,3%, menggunakan *smartphone* (Annur, 2023).

Mayoritas orang di Indonesia menggunakan *smartphone* karena sudah menjadi kebutuhan pokok yang sangat penting dalam kehidupan karena saat ini kita hidup di era yang serba digital. *Smartphone* merupakan perangkat *mobile* yang sering dipakai orang karena memiliki banyak fungsi, yaitu memudahkan penggunanya untuk berkomunikasi bahkan menonton film sebagai kegiatan pengisi waktu luang. *Smartphone* yang semakin canggih dan kemajuan teknologi membuat banyak inovasi bermunculan dan membuat dunia hiburan semakin maju, memudahkan untuk menonton *video on demand* dan membebaskan waktu serta pilihan bagi para penikmat film (Syahputra, 2024).



Gambar 1.2 Alasan Utama Masyarakat Indonesia Menggunakan Internet 2023

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia - Survei (2023)

Berdasarkan grafik diatas alasan utama masyarakat Indonesia menggunakan Internet 2023, menunjukkan bahwa salah satu alasan utama masyarakat menggunakan internet 2023 adalah untuk mengakses konten hiburan seperti bermain game *online* maupun menonton video *online* dengan jumlah persentase 2,9%. Hal ini karena kegiatan menonton film melalui layanan *Video on Demand* (VoD) atau sering juga disebut *Subscription Video on Demand* (SVoD) dilakukan ketika masyarakat merasa jenuh atau sekedar mengisi waktu luang (Syahputra, 2024).

Layanan *video on demand* adalah sistem televisi di mana pengguna dapat dikenakan biaya berlangganan sehingga mereka dapat menonton video atau film sesuai keinginan mereka tanpa harus menunggu jadwal tayang. *Subscription Video on Demand* menawarkan berbagai pilihan program, mulai dari film hingga serial TV dan *streaming* video, di mana pengguna cukup menggunakan *smartphone* yang tersambung ke internet untuk mengaksesnya. Program-program *Subscription Video on Demand* berasal dari berbagai negara di dunia, sehingga pengguna dapat menemukan konten yang mereka inginkan (Rizka *et al.*, 2023). Dengan adanya perusahaan layanan *Subscription Video on Demand* yaitu untuk menawarkan fleksibilitas dan penyesuaian kebutuhan bagi pengguna sehingga dapat menonton konten kapan saja dan memilih konten yang mereka inginkan (Pancaningrum & Rizaldy, 2022).

Perusahaan-perusahaan yang menawarkan layanan *Subscription Video on Demand* di Indonesia semakin banyak bermunculan dan saling

berkompetisi untuk merebut hati konsumennya. Melalui pemasaran yang unik dan memiliki daya tarik tersendiri, seperti membuat konten yang berhubungan dengan film atau aktor dalam sebuah film, serta berinteraksi melalui media sosial agar lebih dekat dengan konsumen, merupakan salah satu cara untuk menghadapi persaingan antar perusahaan. Perusahaan yang mengutamakan konsumen akan berusaha mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen berdasarkan perilaku konsumen (Nofiani, 2021).

Perilaku konsumen merupakan kegiatan atau tindakan individu dalam menelusuri, menseleksi, memutuskan, dan menggunakan barang dan layanan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya (Linardi *et al.*, 2022). Perilaku konsumen dapat dikaitkan dengan pemilihan produk, semakin baik kualitas layanan, semakin puas konsumen ketika memutuskan untuk membeli barang atau layanan. Maka dari itu, penting bagi organisasi untuk memperhatikan perubahan perilaku konsumen meningkatkan layanan mereka agar layanan yang diberikan dapat menyebabkan banyak orang menggunakan layanan *Subscription Video on Demand* serta membuat pengguna loyal terhadap layanan yang disediakan.

Kepuasan konsumen dapat dinilai dari keseringan mereka menggunakan maupun membeli kembali langganan *Subscription Video on Demand*, merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain, dan tidak tertarik untuk beralih ke layanan pesaing. Ketika melakukan pembelian, pelanggan biasanya mengetahui dengan pasti produk atau layanan akan dijual dan akan menerima apa setelah pembelian. Oleh karena itu,

perusahaan perlu mengoptimalkan kualitas untuk menciptakan citra merek yang baik (Cakranegara *et al.*, 2022). Dengan memanfaatkan berbagai media yang ada, perusahaan dapat menggunakan reaksi dan persepsi konsumen sebagai alat untuk mengidentifikasi seberapa tinggi nilai merek di mata konsumen. Perusahaan kemudian melakukan analisis dan memperkenalkan inovasi baru untuk meningkatkan citra merek perusahaan dan memperkuat loyalitas pelanggan sehingga layanan *Subscription Video on Demand* dapat menjadi yang terlaris di Indonesia.

Terdapat beberapa aplikasi *Subscription Video on Demand* yang sudah dikenal di Indonesia salah satunya yaitu WeTV. WeTV muncul pada tahun 2019 sebagai salah satu aplikasi layanan *streaming online* populer yang dimiliki perusahaan Tencent asal Tiongkok yang melakukan ekspansi di Indonesia. Aplikasi ini menawarkan beragam konten, mulai dari serial, *variety show*, drama, acara olahraga hingga film dari Korea, Thailand, Jepang, Cina, Indonesia dan lain-lain. WeTV menyediakan fitur *subtitle* untuk semua kontennya, sehingga memudahkan pengguna untuk menonton konten hiburan dari WeTV. Selain itu WeTV juga memiliki fitur unduh konten, fitur ini sangat bermanfaat bagi pengguna yang ingin menonton konten hiburan dari WeTV dimanapun dan kapanpun saja secara *offline*, tanpa perlu khawatir kehabisan kuota internet (Kulsum *et al.*, 2022).

Pada 16 oktober 2021, aplikasi WeTV menduduki peringkat teratas di *Google Play Store* dengan lebih dari 50 juta pengguna dan 400.000 ulasan, baik di kategori aplikasi terlaris maupun aplikasi gratis populer di

kategori hiburan (Safitri *et al.*, 2022). Tingginya jumlah unduhan aplikasi WeTV di *Google Play Store* menunjukkan bahwa aplikasi ini telah menarik perhatian banyak orang.

Namun, WeTV memiliki kekurangan yang telah diungkapkan oleh beberapa pengguna. Terdapat *review* publik terhadap aplikasi WeTV berdasarkan pengalaman beberapa pengguna aplikasi WeTV yang merasa bahwa aplikasi tersebut masih terdapat kekurangan. Dengan kata lain, masih ada sebagian pengguna aplikasi WeTV yang merasa kurang puas. Berdasarkan *review* di *Google Play Store*, terdapat beberapa masalah di kalangan pengguna aplikasi WeTV.

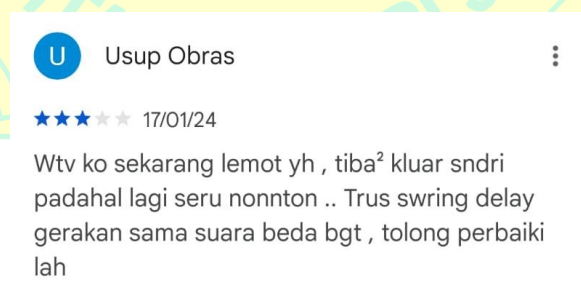


Gambar 1.3 Keluhan Pengguna

Sumber: *Google Play Store* (Diakses tahun 2024)

Permasalahan pertama yaitu pemberian iklan yang berlebihan, yang muncul dalam bentuk video, spanduk, dan *pop-up* sebelum, selama, dan setelah melihat konten. Frekuensi iklan yang cukup sering ini dapat mengganggu pengalaman menonton dan membuat pengguna merasa tidak

nyaman. Hal ini memberikan dampak *negatif* akibat iklan yang berlebihan di aplikasi WeTV, termasuk efek yang merugikan pengalaman menonton pengguna. Iklan yang tiba-tiba muncul saat menonton konten dapat mengganggu konsentrasi dan merusak alur cerita yang sedang dinikmati oleh penonton. Selain itu, frekuensi iklan yang tinggi juga dapat menciptakan rasa frustrasi dikalangan pengguna, yang mungkin merasa terganggu oleh gangguan berulang tersebut dan akhirnya kehilangan minat untuk menonton. Efek *negatif* ini tidak hanya dirasakan secara pribadi, tetapi juga tercermin dalam ulasan pengguna di *Google Play Store*, di mana terdapat banyak ulasan *negatif* tentang masalah iklan di aplikasi WeTV. Akibatnya, *platform subscription video on demand* dengan banyak ulasan *negatif* akan kehilangan kepercayaan dan minat pengguna. Ulasan dari para pengguna terbukti menjadi alat yang membantu calon konsumen ketika memilih layanan, karena membantu mereka mendapatkan gambaran tentang kualitas layanan (Fathin, 2021).

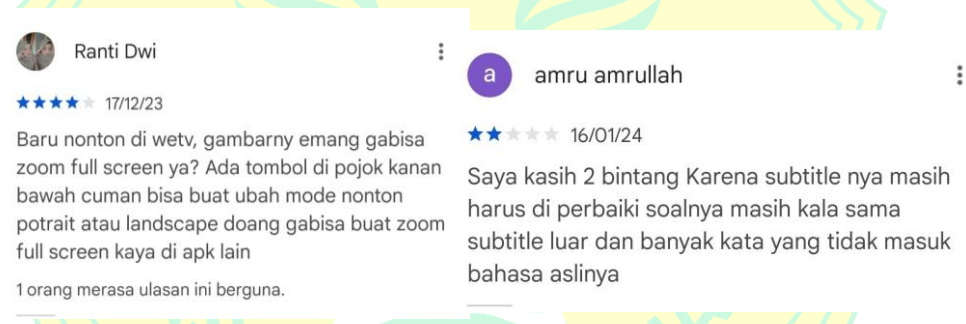


Gambar 1.4 Keluhan Pengguna

Sumber: *Google Play Store* (Diakses tahun 2024)

Permasalahan selanjutnya adalah kerap mengalami *error* atau *bug* saat menggunakan aplikasi WeTV. Hal ini terlihat dari komentar-komentar

yang mengeluhkan masalah seperti aplikasi seringkali keluar secara tiba-tiba, dan terkadang terjadinya *delay* atau keterlambatan saat memutar film, sehingga gerakan dan suara tidak sinkron. Tentunya dengan terjadinya masalah-masalah seperti ini dapat mengganggu pengalaman menonton dan menimbulkan rasa tidak nyaman bagi para pengguna. Kepuasan pengguna dapat dinilai dari kesenangan atau kekecewaan yang dialami ketika memakai suatu barang atau jasa. Jika layanan atau pengalaman yang dicapai tidak sesuai harapan, hal ini dapat menimbulkan kekecewaan. Jika produk atau layanan memenuhi harapan pengguna, pelanggan merasa puas (Samara, 2023).



Gambar 1.5 Keluhan Pengguna

Sumber: *Google Play Store* (Diakses tahun 2024)

Selain itu, terdapat komentar mengenai permasalahan pengguna WeTV telah mengungkapkan ketidakpuasan terhadap beberapa fitur yang tidak beroperasi dengan baik. Salah satu fitur yang menjadi sumber keluhan adalah fitur *fullscreen*, fitur *fullscreen* pada aplikasi WeTV tidak seperti aplikasi *subscription video on demand* lainnya. Pengguna tidak memiliki kebebasan untuk mengubah mode nonton ke *fullscreen* sesuai keinginan mereka, tetapi hanya bisa memilih antara mode *portrait* dan *landscape*. Hal

ini tentu saja membatasi pengalaman menonton pengguna dan mengurangi fleksibilitas yang diharapkan. Masalah lainnya terkait fitur yaitu ketidakakuratan *subtitle*. Pengguna sering kali menemui *subtitle* yang tidak sesuai dengan bahasa aslinya, sehingga dapat membingungkan dan mempersulit pemahaman mereka tentang film atau serial yang mereka tonton. Hal-hal seperti ini adalah menjadi alasan yang bisa mengurangi kepuasan pengguna pada aplikasi We TV karena kurangnya pengoptimalan fungsional, yang berdampak *negatif* pada pengalaman pengguna aplikasi WeTV.



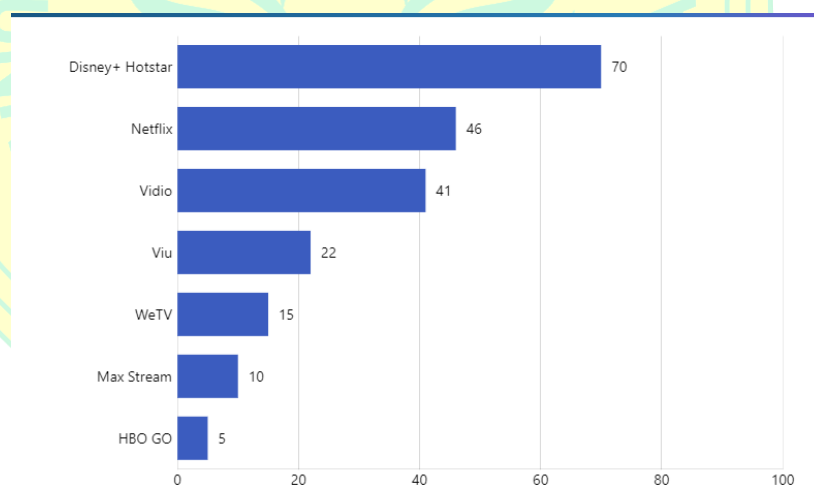
Gambar 1.6 Keluhan Pengguna

Sumber: *Google Play Store* (Diakses tahun 2024)

Permasalahan selanjutnya yaitu keterbatasan pilihan film dan kurangnya pembaruan pada daftar film yang disediakan oleh WeTV. Terdapat beberapa komentar dari pengguna WeTV mengenai film yang tidak lengkap dan koleksi film Indonesia yang terbatas. Pengguna menemukan bahwa film-film di WeTV seringkali tidak lengkap, seperti adanya episode yang hilang dan terpotong, sehingga dapat mengganggu pengalaman menonton dan menimbulkan rasa tidak puas bagi para

pengguna. Selain itu, pengguna merasa bahwa film yang disediakan oleh WeTV memiliki keterbatasan, dimana banyak film populer yang tidak dapat ditemukan atau diakses. Hal seperti ini mendorong pengguna untuk mencari aplikasi *streaming* lain untuk memperoleh konten yang cocok dengan keperluan dan kepuasan mereka.

Dengan adanya isu-isu permasalahan pada aplikasi WeTV dapat memengaruhi jumlah minat calon pengguna yang tertarik untuk menggunakan layanan WeTV. Hal ini dapat menyebabkan calon pelanggan mempertimbangkan kembali keinginannya untuk menggunakan aplikasi WeTV. Terdapat data jumlah aplikasi *subscription video on demand* yang terlaris di Indonesia pada tahun 2023 sebagai berikut.



Gambar 1.7 Aplikasi Layanan *Subscription Video on Demand* Terlaris di Indonesia 2023

Sumber: (Annur, 2023)

Pada grafik diatas menggambarkan bahwa aplikasi Disney+Hostar merupakan *Subscription Video on Demand* terlaris di Indonesia mencapai 70% yang berlangganan, lalu disusul Netflix mencapai 46% kemudian

Video 41%. Sedangkan aplikasi Viu mencapai 22%, WeTV mencapai 15%, Max Stream 10%, dan HBO GO hanya 5% (Annur, 2023).

Aplikasi WeTV hanya berhasil mencapai tingkat langganan sebesar 15% (Annur, 2023). Hal ini disebabkan oleh beberapa masalah yang terus terjadi, seperti iklan yang berlebihan, seringnya terjadi *error* pada aplikasi WeTV, tidak lengkapnya film yang disediakan, *subtitle* yang tidak akurat, dan beberapa fitur pada aplikasi tidak berjalan dengan maksimal. Semua masalah ini bisa berdampak *negatif* yang cukup besar pada *platform*. Akibatnya, calon pelanggan kurang tertarik untuk menggunakan layanan yang ditawarkan oleh WeTV.

Peneliti telah melakukan pengumpulan data melalui pra riset dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi WeTV di DKI Jakarta. Proses pengumpulan data ini dengan menyebarkan kuesioner kepada para pengguna aplikasi WeTV di DKI yang berjumlah 30 responden. Berikut adalah data hasil dari pra riset yang telah didapatkan.

Tabel 1. 1 Data Kuesioner Pra Riset

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Saya merasa Aplikasi WeTV sangat mudah digunakan	16,7%	83,3%
2	Saya pernah mengalami masalah teknis saat menggunakan Aplikasi WeTV	20%	80%
3	Saya pernah mengalami <i>crash</i> atau berhenti mendadak saat menggunakan Aplikasi WeTV	30%	70%
4	Saya pernah mengalami masalah dengan fitur di aplikasi WeTV	33,3%	66,7%
5	Saya merasa terganggu dengan iklan yang ditampilkan di aplikasi WeTV	20%	80%
6	Saya merasa mudah menemukan konten yang saya cari si aplikasi WeTV	26,7%	73,3%

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
7	Saya pernah mengalami masalah dengan fungsi pencarian di aplikasi WeTV	30%	70%
	Rata-rata	25,7%	74,4%

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

Dari data hasil pra riset diatas yang melibatkan 30 orang pengguna aplikasi WeTV menunjukkan bahwa mayoritas responden, yaitu sebanyak 74,4% memiliki masalah dalam menggunakan aplikasi WeTV. Hal ini membuktikan bahwa aplikasi WeTV tidak seluruhnya memenuhi kebutuhan dan ekspektasi penggunanya.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang penelitian di atas, pertanyaan penelitian ini dapat dirumuskan yaitu bagaimanakah tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi WeTV di DKI Jakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada pertanyaan penelitian tersebut, adapun tujuan dari penelitian ini adalah ntuk mengukur tingkat kepuasan pengguna aplikasi WeTV di DKI Jakarta.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, diharapkan penelitian ini akan memberikan manfaat baik secara praktis maupun teoretis bagi berbagai pihak sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini dapat bermanfaat pada pengembangan ilmu pengetahuan mengenai kepuasan pengguna dan kebutuhan

pengguna serta teori dan metodologi yang dipakai dapat bermanfaat untuk peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat membantu organisasi dalam industri terkait untuk memahami apa kebutuhan dan keinginan pengguna agar organisasi dapat lebih meningkatkan kualitas pelayanan atau mempertahankan kualitas pelayanan pada pengguna.

