

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

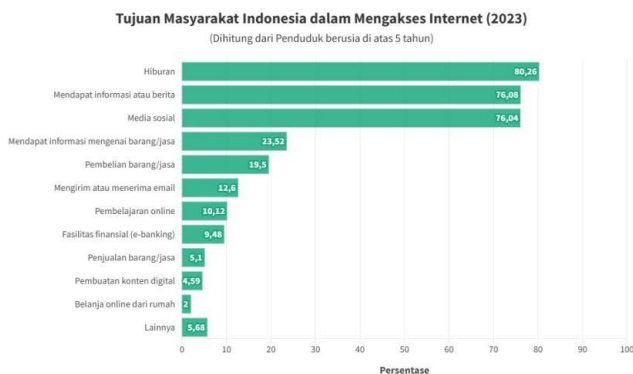
Evolusi teknologi dan internet telah mentransformasikan kehidupan sehari-hari masyarakat saat ini. Teknologi telah menjadi elemen vital yang tidak bisa ditinggalkan oleh masyarakat. Jumlah *user cyber* semakin meningkat setiap harinya. Menurut laporan yang diterbitkan *we are social*, *user cyber* di Indonesia telah mencapai 185 juta orang atau selevel dengan 66,5%. Perkara ini merepresentasikan optimalisasi disandingkan periode sebelumnya yaitu 1,4%. Menurut artikel yang ditulis oleh andrea *et al.*, (2023) alasan optimalisasi jumlah *user cyber* dipengaruhi oleh adanya akses internet yang lebih luas dan optimalisasi penetrasi internet di berbagai area. Penelitian lain juga mengungkap alasan optimalisasi *surfing internet*, termasuk yang dilangsungkan prasetiyo *et al.*, (2024) menginformasikan bahwa aspek penentu meningkatnya *surfing internet* menyebabkan semakin besar pula kebutuhan pencarian informasi, dan berkembangnya sistem komunikasi yang condong mengimplementasikan media daring.

Selain itu, *surfing internet* sebagai media hiburan juga menjadi alasan mengapa *user cyber* kian meningkat. Anggapan oleh kaur dan ashfaq (2023), yang menginformasikan bahwa *streaming* telah berubah seiring dengan kebiasaan masyarakat dalam mengonsumsi konten hiburan.

Studi peneliti merepresentasikan alasan mengapa masyarakat lebih memilih mengonsumsi hiburan via *online* karena konten hiburan via *online* dianggap lebih mudah

Diimplementasikan, memegang banyak varian konten dan kompatibel dengan preferensi pengguna tiap-tiap. Artikel yang dirilis oleh goodstats.id (2024) juga menanggung argumen bahwa sebagian besar *user cyber*, mengimplementasikan internet sebagai media hiburan, karena media hiburan di internet dinilai lebih praktis dan mudah diimplementasikan. Mengacu paparan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *user cyber* di Indonesia menanggung optimalisasi pada tahun 2024 yakni sebanding 1,4% disandingkan tahun lalu.

Setiap *user cyber* memegang tujuan tiap-tiap ketika mereka berselancar mengimplementasikan internet, namun setidaknya ada segelintir kesibukan yang menjadi alasan utama yang mendasari *surfing internet* di masyarakat yakni, pencarian informasi, sebagai media komunikasi dan pencarian konten hiburan ataupun pendidikan. Namun, di antara aspek-aspek tersebut masyarakat lebih sering mengimplementasikan internet sebagai media pencarian konten hiburan. Perkara ini didasari oleh artikel yang dirilis goodstats.id (2024) mengenai tujuan *surfing internet* oleh masyarakat. Mengacu grafik di bawah, hiburan menempati presentasi paling besar sebagai jenis kesibukan yang dilangsungkan oleh *user cyber*. Berikut merujuk gambar presentasi yang merepresentasikan tujuan surfing internet bagi masyarakat.



Gambar 1.1 diagram tujuan penggunaan

Sumber (goodstats.id, 2023)

Artikel yang dirilis oleh goodstats.id (2023), juga menginformasikan bahwa hiburan menjadi satu di antara jenis kesibukan yang paling banyak diakses oleh *user cyber*. Artikel tersebut juga mengelaborasi bahwa adanya akses internet berkenaan konten hiburan, didorong dengan adanya kebiasaan masyarakat yang terbentuk akibat *lockdown* pada masa covid-19. Adanya covid-19 telah mentransformasikan kesibukan masyarakat. Sebelumnya masyarakat menjalankan kegiatan sehari-hari via *offline* atau tatap muka langsung, namun ketika covid-19, sebagian besar masyarakat dituntut guna berkesibukan dari gawai mereka atau via *online*. Kebiasaan tersebut, tetap melekat di masyarakat bahkan ketika covid-19 telah berakhir.

Satu di antara contoh kesibukan berbasis digital yang masih digandrungi oleh masyarakat merujuk, mencari konten hiburan via daring. Mengacu artikel yang dirilis oleh kompas.com (2023), perubahan integritas masyarakat guna mencari hiburan melalui daring ini, terlihat melalui survei yang dilaksanakan pada november 2022. Dari hasil survei tersebut terpantau bahwa segelintir kesibukan

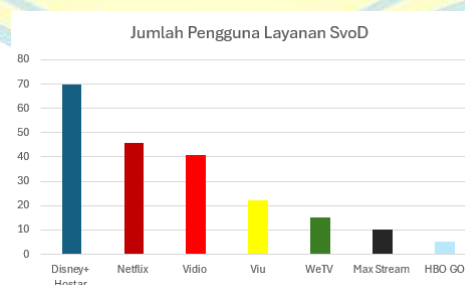
lainnya seperti belajar dan bekerja sudah mulai kembali dilaksanakan via luring namun, kesibukan mencari hiburan seperti menonton film menjadi kesibukan yang tetap dilangsungkan via daring oleh sebagian masyarakat. Kebiasaan ini pun ditopang dengan kebijakan guna menutup bioskop selama pandemi covid-19, akibatnya masyarakat memilih untuk menonton film dengan *streaming* via daring.

Adanya perubahan kebiasaan masyarakat yang lebih memilih untuk menonton film via daring, mendorong munculnya aplikasi *streaming* film atau umumnya dikenal dengan SVOD atau *subscription video on demand*. Mengacu artikel yang dirilis oleh blendvision.com (2024), SVOD diartikan sebagai kemudahan *streaming* yang mengimplementasikan model langganan yang mengalokasikan akses tak terbatas ke berbagai konten, termasuk konten asli eksklusif dan rekomendasi yang terpersonalisasi, tanpa iklan.

Mengacu artikel yang dirilis yang dilansir dari kompasiana.com (2024) SVOD lebih digemari oleh masyarakat karena pengguna dapat dengan mudah memilih konten yang ingin mereka lihat kompatibel dengan preferensi tiap-tiap. Perkara ini berbeda dengan televisi yang tayangannya ditonton bergantung pada konten yang ditayangkan oleh stasiun televisi. Selain itu, survei yang dilangsungkan oleh populix merepresentasikan bahwa menurut masyarakat harga berlangganan yang ditawarkan oleh para penyedia kemudahan SVOD masih dapat dijangkau oleh kalangan ekonomi bawah. Artikel yang dirilis oleh goodstats.id (2021) menyoroti kenaikan pelanggan kemudahan SVOD di Indonesia yang sangat menonjol pada tahun 2016, pengguna SVOD di Indonesia hanya berjumlah 200 ribu orang, kemudian tahun 2017 bertambah menjadi 700 orang dan pada tahun 2018

menyentuh angka 1,5 juta pelanggan. Memasuki tahun 2019 pengguna SVOD bertambah menjadi 3,3 juta dan bertambah dua kali lipat pada tahun 2020 menjadi 7,6 pelanggan. Selanjutnya pada tahun 2021 bertambah menjadi 11,5 juta pelanggan. Data lain yang menunjukan kenaikan pengguna SVOD yakni hasil laporan dari artikel liputan6.com (2023), yang menyoroti kenaikan jumlah pelanggan kemudahan SVOD di Indonesia. Pada akhir triwulan ketiga tahun 2023, tercatat bahwa setidaknya jumlah pelanggan kemudahan SVOD di Indonesia telah menyentuh angka dua puluh satu juta pengguna

Besarnya jumlah pengguna kemudahan SVOD di Indonesia merepresentasikan ketertarikan masyarakat berkenaan kemudahan SVOD, perkara ini juga mendorong bertambahnya kemudahan SVOD yang hadir di Indonesia. Segelintir *platform* kemudahan SVOD yang populer di Indonesia merujuk netflix, viu, disney Hotstar dan vidio. Netflix memanifestasikan *platform* kemudahan SVOD yang paling populer di dunia, namun di Indonesia sendiri Disney+ Hotstar mengungguli popularitas Netflix pada tahun 2023 mengacu survei yang dilangsungkan oleh tsurvey 2023 (databoks.katadata.co.id, 2023), dimana Disney+ Hotstar menempati angka 70%



Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Kemudahan SVoD di Indonesia 2023
Sumber : databoks.katadata.co.id (2023)

Disney+ Hotstar merujuk *platform* SVOD yang memanifestasikan komoditas dari perusahaan *the walt Disney company*. Disney+ Hotstar menggandeng Hotstar yakni perusahaan *entertainment* asal india yang sudah memegang *userbase* di pasar asia tenggara guna memperluas jangkauan konsumen di kawasan asia tenggara, satu di antara nya Indonesia (kompasian.com, 2020). Disney+ Hotstar menyodorkan kemudahan berupa akses langsung ke berbagai konten original disney seperti marvel, star wars dan pixar. Selain itu juga Disney+ Hotstar juga menyodorkan berbagai konten yang bekerja sama dengan produksi film Indonesia.

Mengacu survei yang dilangsungkan oleh Jakpat pada tahun 2024, melaporkan adanya kemerosotan pengguna aplikasi Disney+ Hotstar di Indonesia menjadi 24% pada semester pertama tahun 2024, presentasi ini merepresentasikan adanya kemerosotan yang menonjol disandingkan dengan hasil survei jumlah pengguna aplikasi Disney+ Hotstar yakni sebanding 70%.

Adanya kemerosotan pengguna aplikasi Disney+ Hotstar juga mengindikasikan adanya kemerosotan kegairahan mengimplementasikan kembali oleh pelanggan.

Mengacu data tersebut, maka studi peneliti dilangsungkan dengan tujuan guna mengidentifikasi alasan yang mendasari niat pelanggan aplikasi Disney+ Hotstar guna melanjutkan program langganannya ataupun tidak. Niat mengimplementasikan kembali atau disebut sebagai *continuance intention*, anggapan oleh *carissa et al.*, (2023), dapat diartikan sebagai, ketetapan pelanggan

mengimplementasikan suatu kemudahan pasca menghayati rekam jejak mengimplementasikan kemudahan tersebut. Penelitian lain yang dilangsungkan oleh sulaiman dan tjhin (2023), menginformasikan bahwa *continuance intention* diartikan sebagai kebiasaan untuk tetap mengimplementasikan suatu sistem kemudahan penelitian tersebut juga menginformasikan bahwa *continuance intention* vital bagi suatu bisnis karena dapat mengidentifikasi keberlangsungan bisnis tersebut. Studi peneliti akan meneliti aspek-aspek apa saja yang mengimpact *continuance intention* pada para pelanggan Disney+ Hotstar.

Guna meneliti *continuance intention* pada pelanggan, ada segelintir penilaian yang dapat diimplementasikan. *Customer satisfaction*, anggapan oleh eklof *et al.*, (2020) dianggap memegang peranan besar dalam mengukur performa dan pertumbuhan suatu perusahaan. Hal lain yang juga menanggung pernyataan tersebut merujuk hasil penelitian oleh sousa *et al.*, (2021) yang menginformasikan bahwa *customer satisfaction* mengacu pada ketetapan pelanggan kembali suatu kemudahan pasca menghayati rekam jejak penggunaan dari kemudahan tersebut. Menurut penelitian oleh amin *et al.*, (2020), *customer satisfaction* terbukti berimbas via menonjol berkenaan *continuance intention* karena apabila *customer satisfaction* pelanggan terpenuhi, maka *customer satisfaction* tersebut akan mengimpact derajat *continuance intention* pelanggan.

Hal lain yang juga menjadi penilaian derajat *continuance intention* pada pelanggan merujuk *system quality*. Menurut penelitian oleh zabel *et al.*, (2023) *system quality* merujuk satu di antara aspek vital dalam kemudahan media, *system quality* diartikan sebagai derajat keandalan atau derajat performa suatu sistem

aplikasi. *System quality* memegang peran vital dalam mengimpact *continuance intention* pada pelanggan, perkara ini dibuktikan dengan data penelitian oleh Nova dan Fitria (2023) yang menginformasikan ketika terdapat keluhan oleh pelanggan Disney+ Hotstar terkait dengan buruknya performa aplikasi seperti *error* dan buruknya performa aplikasi, perkara ini mengakibatkan kemerosotan *continuance intention* oleh pelanggan. Namun penelitian yang dilaksanakan oleh sulaiman dan tjhin (2023), menginformasikan bahwa *system quality* tidak *berimbas* via menonjol berkenaan *continuance intention* perkara ini dikarenakan, ketika sistem menanggung *update*, pelanggan tidak mendapat rekam jejak yang optimal sehingga pelanggan condong tidak melangsungkan *continuance intention*. Maka studi peneliti berorientasi guna mengkategorikan keterkaitan antara *system quality* dan *continuance intention*.

Selanjutnya variabel yang menjadi pengukuran berkenaan *continuance intention* merujuk *personalization*. Menurut penelitian oleh haqqo dan isharina (2024), *personalization* diartikan sebagai bagaimana sistem aplikasi dalam menyesuaikan tampilan konten yang dihadirkan dapat kompatibel dengan preferensi tiap-tiap pelanggannya. Tampilan konten yang terpersonalisasi dapat memperkenalkan rekam jejak yang lebih memuaskan bagi pelanggan. Vitalnya peran *personalization* berkenaan *continuance intention* tergambar pada penelitian oleh carissa *et al.*, (2023), penelitian tersebut menginformasikan bahwa apabila suatu sistem menyajikan tontonan yang kompatibel dengan preferensi pelanggannya, maka pelanggan akan condong guna melangsungkan *continuance intention*. Penelitian lainnya yang dilaksanakan oleh Luo (2024),

merepresentasikan adanya menonjolnya kemerosotan derajat *continuance intention* pada pelanggan Disney+ Hotstar terjadi karena Disney+ Hotstar tidak dapat menyediakan konten yang kompatibel dengan preferensi pribadi pelanggan. Namun, anggapan yang dilangsungkan oleh Kareem *et al.*, (2024), menginformasikan bahwa *personalization* berimplikasi negatif berkenaan *continuance intention* dikarenakan *personalization* yang dihadirkan oleh sistem tidak kompatibel dengan preferensi pribadi para pelanggan. Maka asosiasi antara *personalization* berkenaan *continuance intention* harus dilangsungkan guna meneliti *gap* penelitian yang ada.

Variabel lainnya yang dapat diimplementasikan guna mengkategorikan *continuance intention* pelanggan merujuk *content quality*. Anggapan oleh Sulaiman dan Tjhin (2023), *content quality* diartikan sebagai informasi dan konten yang disajikan. *Content quality* merujuk pada seberapa banyak variasi konten yang ditawarkan oleh *platform* SVOD kepada penggunaannya dan juga merujuk pada kualitas konten di *platform* tersebut. Penelitian lainnya juga mengutarakan vitalnya peran *content quality* berkenaan *continuance intention*. Penelitian oleh Haqqo dan Kaideni (2024), menginformasikan bahwa apabila *content quality* yang dihadirkan dalam sistem SVOD tinggi, maka pelanggan akan cenderung melangsungkan *continuance intention*. Penelitian lainnya yang dilangsungkan oleh Luo (2024), menyatakan bahwa Disney+ Hotstar dikenal sebagai *platform* SVoD yang menyajikan berbagai macam konten lokal kompatibel dengan budaya negara tersebut, namun saat ini konten lokal yang disajikan khusus oleh Disney+ Hotstar semakin berkurang, dimana perkara ini mendorong adanya kemerosotan derajat *continuance intention*.

Namun, penelitian lain mengutarakan hal sebaliknya. Anggapan oleh samudro *et al.*, (2024), menginformasikan bahwa *content quality* memegang asosiasi yang tidak menonjol berkenaan *continuance intention* dikarenakan rendahnya *content quality* yang disajikan oleh sistem, sehingga *berimbas* kepada kemerosotan *continuance intention* para pelanggan.

Melihat uraian-uraian di atas, dapat dikonklusikan bahwa aspek-aspek yang memengaruhi niat mengimplementasikan kembali kemudahan SVOD merujuk *system quality*, *personalization*, *content quality* dan *customer satisfaction*. Maka dari itu dalam studi peneliti, peneliti tertarik guna meneliti niat mengimplementasikan kembali atau *continuance intention* pada aplikasi SVOD Disney+ Hotstar dengan mengintegrasikan *system quality*, *personalization*, *content quality* mampu memengaruhi *customer satisfaction* yang akhirnya nanti sebagai penentu *continuance intention* pada pelanggan. Penggunaan variabel tersebut juga didasarkan literatur review yang merepresentasikan adanya *gap* implikasi antara *system quality*, *personalization*, *content quality* dan *satisfaction* berkenaan *continuance intention*. Mengacu latar belakang yang sudah dipaparkan maka peneliti tertarik guna melangsungkan penelitian dengan judul “ membangun *continuance intention* pada konsumen SVOD : investigasi peran *system quality*, *personalization* dan *content quality*”

1.2 Perumusan Masalah

Mengacu latar belakang tersebut, maka berikut pertanyaan yang hendak penulis pecahkan dalam studi peneliti :

1. Apakah *system quality* berimbas menonjol berkenaan *costumer satisfaction* pada kemudahan *subscription video on demand*?
2. Apakah *system quality* berimbas menonjol berkenaan *continuance intention* pada kemudahan *subscription video on demand*?
3. Apakah *personalization* berimbas menonjol berkenaan *costumer satisfaction* pada kemudahan *subscription video on demand*?
4. Apakah *personalization* berimbas menonjol berkenaan *continuance intention* pada kemudahan *subscription video on demand*?
5. Apakah *content quality* berimbas menonjol berkenaan *costumer satisfaction* pada kemudahan *subscription video on demand*?
6. Apakah *personalization* berimbas menonjol berkenaan *continuance intention* pada kemudahan *subscription video on demand*?
7. Apakah *costumer satisfaction* berimbas menonjol berkenaan *continuance intention* pada kemudahan *subscription video on demand*.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakannya studi peneliti merujuk:

1. Guna membuktikan implikasi *system quality* berkenaan *costumer satisfaction* pada kemudahan *subscription video on demand*
2. Guna membuktikan implikasi *system quality* berkenaan *continuance intention* pada kemudahan *subscription video on demand*
3. Guna membuktikan implikasi *personalization* berkenaan *costumer satisfaction* pada kemudahan *subscription video on demand*
4. Guna membuktikan implikasi *personalization* berkenaan *continuance intention* pada kemudahan *subscription video on demand*
5. Guna membuktikan implikasi *content quality* berkenaan *costumer satisfaction* pada kemudahan *subscription video on demand*
6. Guna membuktikan implikasi *personalization* berkenaan *continuance intention* pada kemudahan *subscription video on demand*
7. Guna membuktikan implikasi *costumer satisfaction* berkenaan *continuance intention* pada kemudahan *subscription video on demand*.

1.4 Manfaat Penelitian

Mengacu adanya studi peneliti maka dihasratkan dapat membeawa manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Studi peneliti dapat diimplementasikan sebagai referensi ataupun rujukan dalam pengembangan teori *system quality*, *personalization*, *contet quality* dan *costumer satisfaction* berkenaan *continuance intention* pada kemudahan *subscription video on demand*.

2. Manfaat praktis

Hasil studi peneliti dapat dirancang bahan masukan yang bermanfaat bagi pelaku industri kemudahan *subscription video on demand* di Indonesia, guna mengidentifikasi sampai sejauh mana kegairahan konsumen di Indonesia ingin berlangganan kemudahan *subscription video on demand*.