

1. PENDAHULUAN

Audiens merupakan kumpulan dari beberapa orang yang menonton sebuah acara/konten. Audiens yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah penonton yang memiliki suatu pemikiran saat menyaksikan *series*. Didukung oleh Langdon, dkk. (2017) yang mengatakan bahwa audiens memiliki respon dan persepsi yang berbeda saat menikmati tayangan. Tayangan yang dinikmati oleh audiens dapat berbentuk seperti konser musik, menonton film maupun *series*. Kebiasaan yang umum dilakukan oleh audiens adalah menonton konten *series* dalam format *episodic*. Sistem *series* yang memiliki banyak episode memunculkan istilah baru yang disebut dengan *binge-watching*. Castro, dkk. (2019) mengatakan bahwa *binge-watching* adalah perilaku dimana audiens menonton episode dalam *series* secara terus menerus di waktu yang bersamaan.

Selain itu, masyarakat juga mengalami banyak perubahan dalam bagaimana cara mereka menonton konten. Perubahan yang dapat dilihat dan dirasakan adalah berpalingnya cara menonton konten dari televisi ke layanan *streaming*. Jose (2020) mengatakan bahwa layanan *streaming* dapat melakukan hal yang tidak bisa dilakukan oleh televisi seperti fitur *pause* dan menonton kembali di lain waktu. Konten yang disediakan di layanan *streaming* juga lebih beragam sehingga audiens memilih menggunakan layanan tersebut untuk mencapai kepuasan mereka. Maka dari itu, adanya perubahan juga berpengaruh terhadap kepuasan audiens dalam menonton *series*.

Menonton *series* sudah menjadi hal yang biasa dan dapat dianggap sebagai kudapan sehari-hari. Audiens juga memiliki tujuan yang berbeda-beda dalam menonton *series*. Terdapat audiens yang menonton *series* karena ingin mengikuti *franchise* yang mereka sukai. Selain itu juga terdapat audiens yang menonton *series* tertentu karena mengikuti *trend* yang sedang terjadi. Audiens yang menyukai film juga dapat merasa tertarik untuk menonton *series*, karena terdapat kemiripan di dalamnya. Hassanah, dkk. (2019) mengatakan bahwa *series* merupakan bentuk

turunan dari film. Penelitian ini menjadi menarik karena audiens memiliki keberagaman dalam mencapai kepuasan dalam menonton series.

Berikut ini merupakan penjelasan singkat mengenai penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian ini. Penelitian terdahulu oleh Edwin dan Irwansyah (2021) disimpulkan bahwa motivasi audiens meliputi pemenuhan kebutuhan pribadi serta untuk ekspansi. Selanjutnya kesimpulan dari penelitian terdahulu oleh Rubenking, dkk. (2018) adalah audiens menonton *series* karena terdapat antisipasi, perubahan perasaan, untuk pelarian, dan kehidupan sosial. Penelitian terdahulu selanjutnya oleh Steiner dan Xu (2018) disimpulkan bahwa motivasi audiens dalam menonton *series* adalah untuk memenuhi keteringgalan, untuk penyelesaian, relaksasi, inklusi budaya dan pengalaman yang lebih baik. Penelitian terdahulu lebih fokus untuk membahas motivasi dalam menonton *series*. Peneliti belum menemukan kajian terdahulu yang membahas tentang faktor kepuasan dalam menonton *series*.

Starosta dan Izydorczyk (2020) mengatakan bahwa penonton *series* secara *binge-watching* melibatkan banyak judul dan kelompok masyarakat yang berbeda. Agar penelitian ini fokus dalam menjawab rumusan masalah, maka dibatasi pada kriteria informan yang diwawancarai oleh peneliti. Kriteria yang diterapkan adalah informan yang suka menonton *series*, informan telah menonton setidaknya lima judul *series* yang berbeda, dan informan memahami serta menyaksikan *series* tersebut hingga selesai.

1.1. Rumusan Masalah

Bagaimana *uses and gratification* audiens dalam menonton *series*?

1.2. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memperoleh pemahaman mengenai *uses and gratification* audiens dalam menonton *series*.