

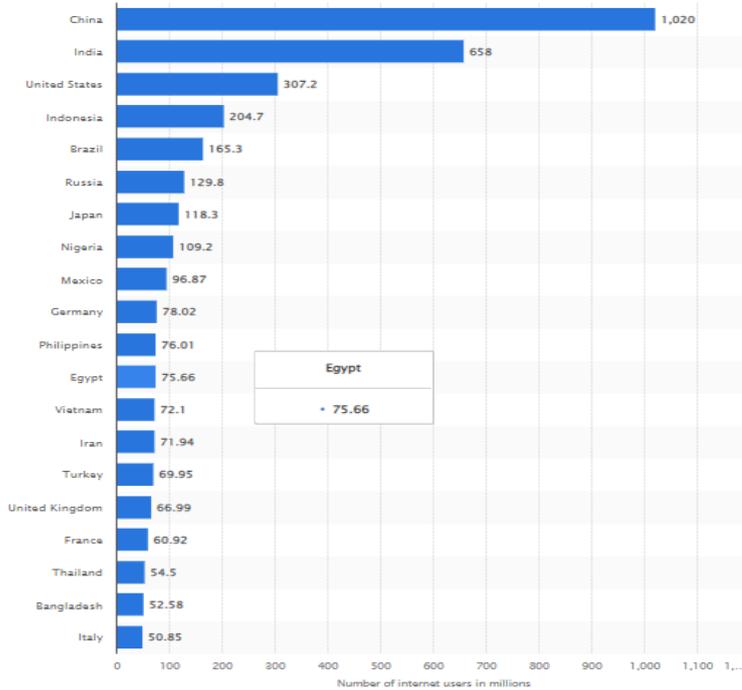
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Memasuki era digitalisasi 4.0 ditandai dengan adanya perkembangan teknologi dan internet yang mampu memudahkan dalam memenuhi kebutuhan dan menyelesaikan suatu masalah (Suharfin, 2018). Koneksi jaringan atau sering disebut Internet, adalah jaringan yang misinya menghubungkan satu sumber daya elektronik ke media elektronik lainnya dengan cepat, akurat, dan responsif. Jaringan komunikasi pada internet yang ada menyalurkan bagian dari informasi yang dikirim melalui transmisi sinyal pada frekuensi yang diatur.

Dalam perkembangan internet sendiri, internet sudah melalui berbagai macam perubahan, mulai dari kalangan usia muda hingga kalangan usia dewasa, mayoritas pengguna internet selalu menggunakan internet sebagai media bantu dalam mengerjakan dan menghubungkan berbagai aktivitas manusia secara akurat, efektif, dan efisien (Adani, 2020). Maka dapat disimpulkan bahwa, kehidupan di masa sekarang tidak bisa menghindari dari teknologi karena berdasarkan perkembangannya internet selalu akan terus mengalami pertumbuhan pesat sehingga teknologi menjadi semakin penting.

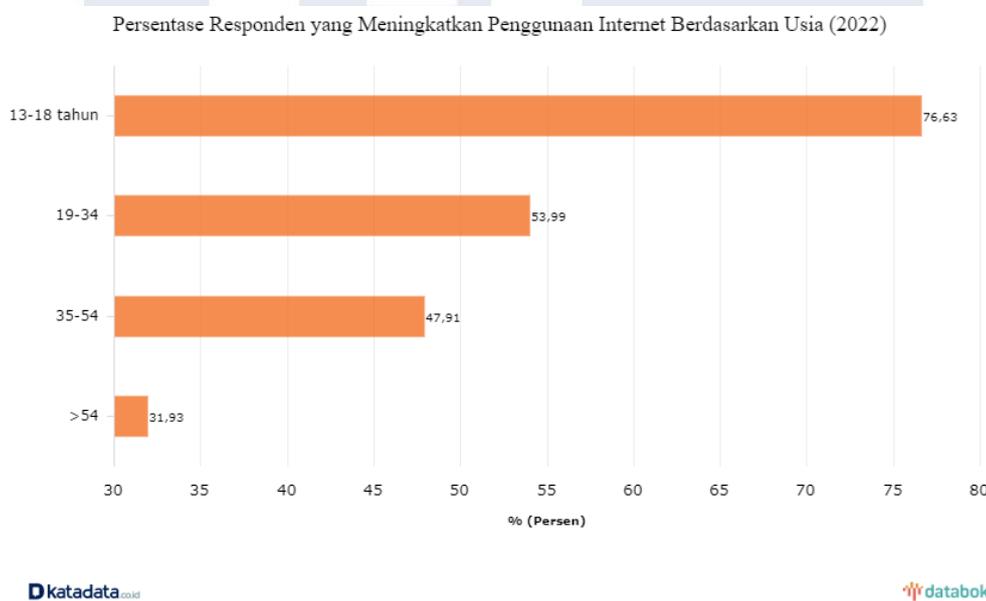


Gambar 1. 1 Populasi pengguna internet di setiap Negara

Sumber : Statista (2022)

Pada gambar 1.1 dapat disimpulkan bahwa setiap negara menggunakan internet dalam melakukan aktivitasnya setiap hari. Lima besar negara dengan populasi pengguna internet di dunia diantaranya China, India, United States, Indonesia, dan Brazil. Negara Indonesia merupakan salah satu negara yang penggunaan internetnya mengalami pertumbuhan besar. Bahkan, Indonesia masuk dalam lima besar negara dengan tingkat kegemaran pengguna media sosial (Tommy 2018), dimana untuk mengakses media sosial yang butuh dipelukannya menggunakan internet sebagai alat mediasi. Tentunya dengan berkembangnya internet, masyarakat semakin hidup berdampingan dengan perkembangan internet dan semakin tidak dapat dipisahkan, karena hampir setengah dari aktivitas sehari-hari menggunakan internet. Orang semakin terhubung dengan internet karena hampir semua yang kita butuhkan atau inginkan dapat dicari melalui internet karena internet semakin maju di era ini untuk mencari dan mendapatkan sesuatu dengan cepat dan mudah.

Pertumbuhan internet yang pesat tentunya memberikan dampak positif dan negatif bagi kita para pengguna internet. Efek positif yang dapat dirasakan adalah penggunaan internet yang memudahkan untuk berkomunikasi, mencari informasi, melakukan transaksi bisnis & pembayaran, dan dengan bantuan internet pengguna dapat bekerja dari jarak jauh, berteman secara online dan melakukan karya-karya baru, serta mendapat informasi terbaru, juga konten hiburan yang bisa kita temukan dan nikmati dalam dunia internet (Ahmad, n.d.)

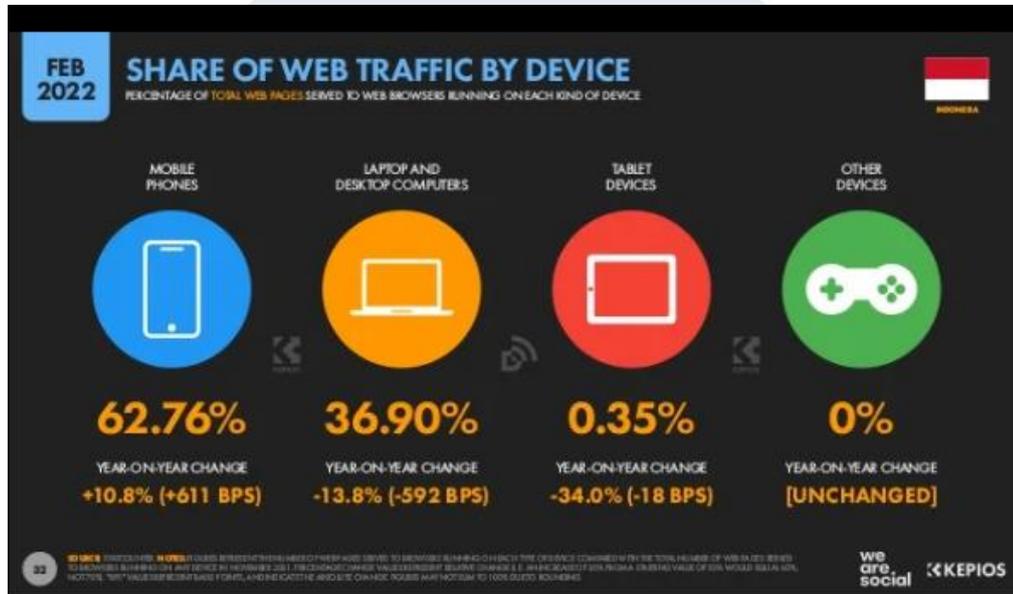


Gambar 1. 2 Peningkatan penggunaan internet berdasarkan usia

Sumber : Katadata (2022)

Jika dilihat dari gambar 1.2 pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia berdasarkan usia, untuk kelompok umur 13-18 tahun mengaku meningkatkan frekuensi penggunaan internet untuk proses pembelajaran, yang mana peningkatan pada kelompok usia ini lebih dominan daripada kelompok usia 19-34 tahun dengan persentase 53,99% dan diikuti dengan kelompok umur 35-54 tahun sebesar 47,91% serta untuk kategori umur 55 tahun ke atas sebesar 31,93% yang meningkatkan penggunaannya. Hal ini di dasarkan oleh survei yang dilakukan oleh

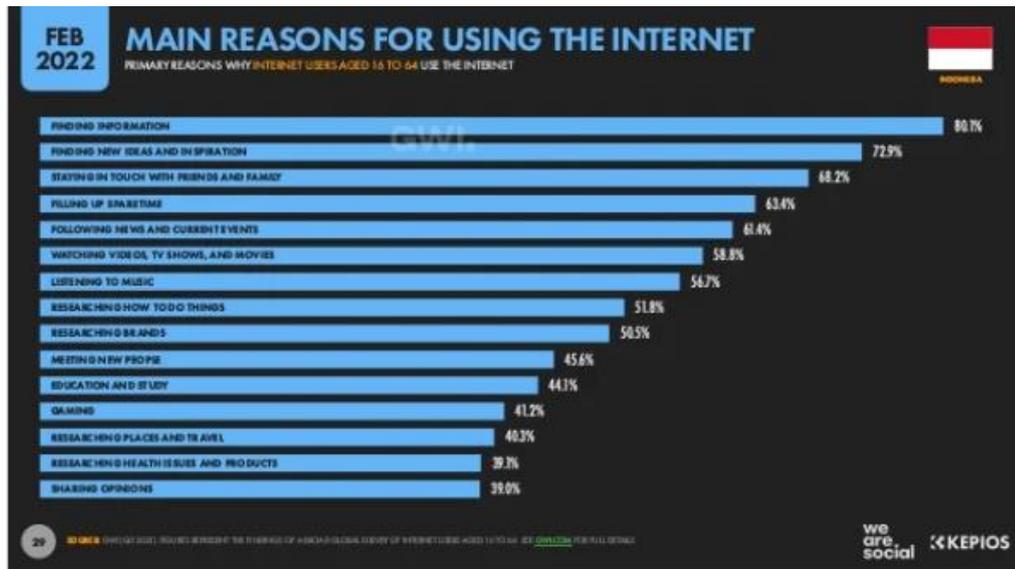
Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), yang melibatkan sebanyak 7.568 responden.



Gambar 1. 3 *Device* yang digunakan untuk mengakses internet

Sumber : Data Digital Indonesia (2022)

Dalam penggunaannya seperti pada gambar 1.3, perkembangan teknologi informasi tidak ada habisnya. Semakin banyak yang mengalami perubahan, mulai dari informasi, komunikasi, dan *device* yang digunakan. (Mutia, 2022). Untuk itu masyarakat membutuhkan suatu perangkat *device* dalam bentuk teknologi tertentu untuk mengakses internet. Berdasarkan gambar diatas, sebanyak 62.76% mengakses internet dengan *mobile phone* mereka, 36.90% lainnya menggunakan laptop atau *desktop* komputer, sebanyak 0.35% menggunakan *tablet devices*, dan 0% atau tidak ada sama sekali yang menggunakan *device* atau perangkat lain untuk mengakses internet. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna internet mengakses internet melalui *mobile phone* mereka karena lebih praktis, dikarenakan dari bentuk dan ukurannya yang kecil dan lebih gampang dibawa daripada *device* lainnya.



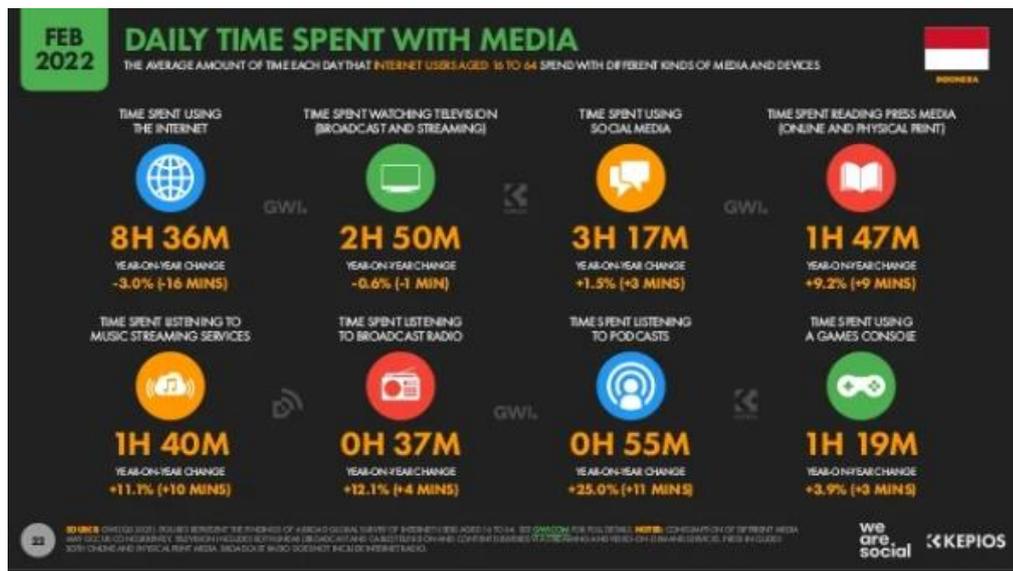
Gambar 1. 4 Alasan penggunaan internet

Sumber : We Are Social (2022)

Menurut data pada gambar 1.4, ada berbagai alasan mereka menggunakan internet untuk mengisi waktu luang terutama saat pandemi Covid-19 yang menyebabkan banyak ruang gerak dipersempit sehingga banyak masyarakat memanfaatkan internet sebagai aktivitas mereka.

Di antara mereka terdapat berbagai alasan menggunakan internet, alasan utamanya sebanyak 80,1% menggunakan internet untuk mencari informasi dan menjelajahnya, kemudian 72,9% menggunakannya untuk mendapatkan ide dan inspirasi, dan sebanyak 68,2% menggunakannya untuk terhubung dengan teman dan keluarga. Hingga 63,4% orang menggunakan internet untuk menghabiskan waktu, berikutnya sebanyak 61,4% menggunakannya untuk mengikuti berita dan acara terkini, dan hingga 58,8% menggunakannya untuk menonton video, acara TV, dan film yang menyenangkan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 1. 5 Waktu penggunaan Internet di Indonesia

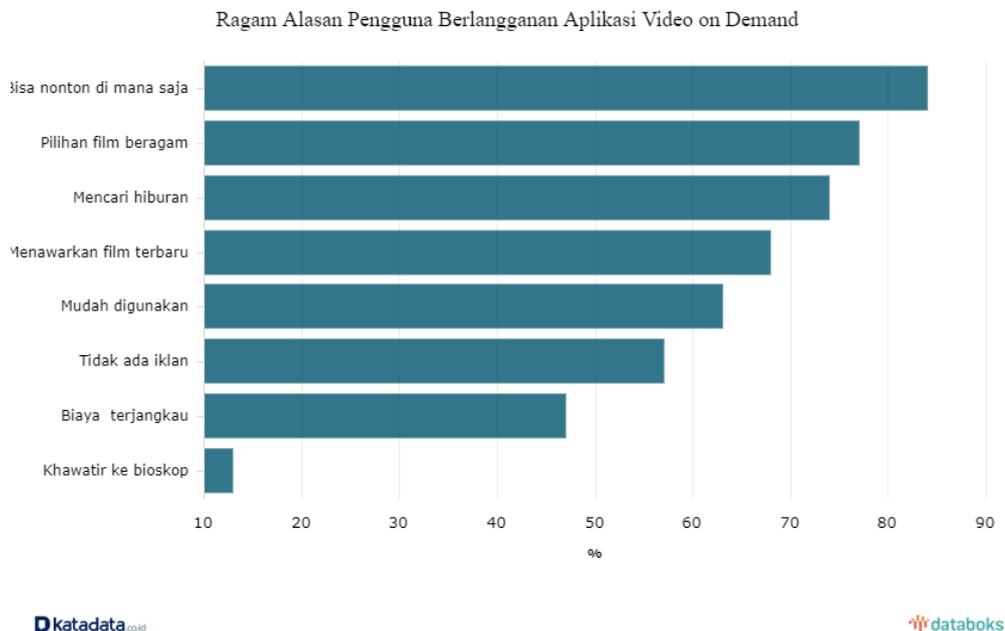
Sumber : We Are Social (2022)

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pembatasan kegiatan pada awal pandemi Covid-19 membuat beberapa aktivitas harus dilakukan dengan jarak jauh seperti belajar-mengajar, bekerja, dan sebagainya, yang berakibat kepada peningkatan penggunaan internet. Terlihat dari waktu penggunaan internet di Indonesia seperti pada gambar 1.5, sebanyak 19% mengakses internet lebih dari 8 jam, dan hampir selama 3 jam untuk menonton televisi ataupun *streaming*. Di mana hampir setengah dari pengguna internet di Indonesia menggunakan layanan internet untuk mencari hiburan dengan menonton video, acara televisi, atau *streaming* film untuk menghabiskan waktu dalam kesehariannya. Jika zaman dahulu menonton film hanya bisa dilakukan di bioskop atau di TV, maka zaman sekarang masyarakat bisa menikmati film berkualitas seperti *video online* hanya melalui internet.

Menonton film menjadi suatu aktivitas alternatif yang dilakukan orang-orang untuk mengisi waktu luang, apalagi semenjak pandemi Covid-19 membuat masyarakat terjebak di rumah saja, dengan menonton film ataupun serial TV mampu membuat orang lebih nyaman di rumah dan menyesuaikan rutinitas baru lagi ketika selama ini bekerja di luar rumah. Saat ini menonton film bisa dilakukan di mana saja dan di *platform* apa saja, termasuk TV, layar lebar, bahkan sejumlah

aplikasi *smartphone* yang menawarkan layanan *Streaming Video On Demand* (SVOD). Sistem televisi interaktif yang disebut *Streaming Video On Demand* (SVOD) memungkinkan pengguna untuk memilih atau mengontrol konten video yang ingin mereka tonton (Maiti & Bidinger. 1981). Layanan *Streaming Video On Demand* juga memfasilitasi konsumen dengan berbagai program tontonan tanpa batasan waktu tayang yang bisa dinikmati dimanapun dan kapanpun. Selain itu juga konsumen dapat dengan bebas mengunduh film favorit yang tayang di televisi dengan mudah. Layanan *Streaming Video On Demand* juga memiliki beberapa tayangan film unggulan yang mewajibkan konsumen untuk rela berlangganan atau mengeluarkan biaya untuk membayar tontonan yang mereka inginkan, konsumen dapat mengeluarkan biaya sesuai dengan film atau *video* yang dinikmati dengan berlangganan untuk menikmati akses yang lebih luas (Akhmad, 2016).

SVOD menjadi hiburan yang sangat dicari dan diminati hampir semua kalangan masyarakat, dari anak muda hingga orang tua juga merasa terhibur dengan adanya layanan yang satu ini. Memiliki kebebasan untuk memilih film atau *series* yang ingin di tonton menjadi suatu keunggulan sendiri dari layanan SVOD, perkembangan SVOD dapat dilihat dari sisi waktu yang fleksibel serta tidak perlu menggunakan perangkat atau *device* penunjang yang sulit. Zaman sekarang tanpa adanya televisi pun orang bisa menonton, mencari informasi dan berita semuanya di mudahkan.



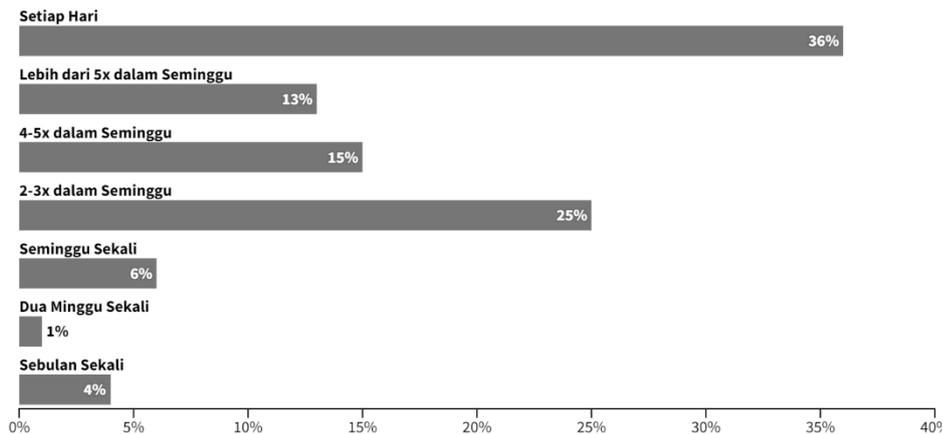
Gambar 1. 6 Alasan orang menggunakan layanan SVOD

Sumber: Katadata (2022)

Aplikasi *Streaming Video On Demand* (SVOD) semakin digemari kalangan masyarakat dengan ditandainya dengan meningkatnya permintaan masyarakat sejak pascapandemi Covid-19. Hal ini mendorong pengguna layanan SVOD untuk berlangganan program *streaming video-on-demand*. Mereka mengungkapkan alasan mengapa mereka menggunakan layanan SVOD seperti pada gambar 1.6, kemampuan untuk melihat video atau film kapan pun mereka inginkan sebesar 84% responden. Kemudian, 74% lebih responden menyatakan ingin mencari hiburan ketika mereka beraktivitas. Selain itu, menurut 68% responden, SVOD menyediakan beragam film terbaru, dan yang masih khawatir untuk pergi ke bioskop sebesar 13% responden. Sehingga dengan adanya beberapa alasan tersebut diungkap bahwa pengguna menjadi mudah menonton kapan saja dan dimana saja dengan berbagai pilihan film yang menarik sebagai hiburan yang mudah digunakan dan tidak ada iklan saat menonton membuat konsumen rela mengeluarkan biaya dari Rp250.0000 dengan frekuensi yang sama tiap bulannya untuk berlangganan

SVOD. Namun, mayoritas responden mengatakan bahwa mereka mengeluarkan Rp100.000 hingga Rp250.0000 untuk berlangganan SVOD.

Frekuensi Masyarakat Indonesia dalam Menggunakan Video on Demand Menurut Survei Populix (Juli 2022)



GoodStats

Sumber: Populix (Juli 2022)

Gambar 1. 7 Frekuensi konsumen menggunakan layanan SVOD

Sumber : Goodstats (2022)

Dapat dilihat pada gambar 1.7 diatas terlihat bahwa sebanyak 36% masyarakat menggunakan layanan SVOD setiap harinya, diikuti dengan 13% yang membukanya lebih dari 5x selama sepekan, kemudian 15% lagi menyatakan 4 hingga 5 kali dalam seminggu, 25% lagi membuka selama 2 hingga 3 kali dalam seminggu, dan bahkan 4% membukanya dalam sebulan sekali. Artinya layanan *Streaming Video On Demand* berpengaruh yang cukup signifikan dalam mengisi waktu hiburan seseorang, yang mana dalam sebulan sekali pun tentunya orang akan menggunakannya dan bahkan ada yang mencapai 5 kali dalam seminggu bahkan setiap harinya. Dengan adanya layanan hiburan *Internet over the top (OTT)* telah membawa dampak besar bagi industri hiburan, khususnya perfilman Internasional dan Indonesia (Suryanto, 2020).

Pada waktu zaman teknologi belum semaju sekarang, film hanya bisa ditonton di bioskop atau di TV, namun kini masyarakat bisa menikmati film berkualitas seperti *streaming video-on-demand* hanya melalui internet. Oleh karena

itu semakin banyak bermunculan platform *streaming video online* untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat Indonesia, seperti Netflix, Disney+ Hotstar, Viu, Vidio, We TV dan lain-lain.

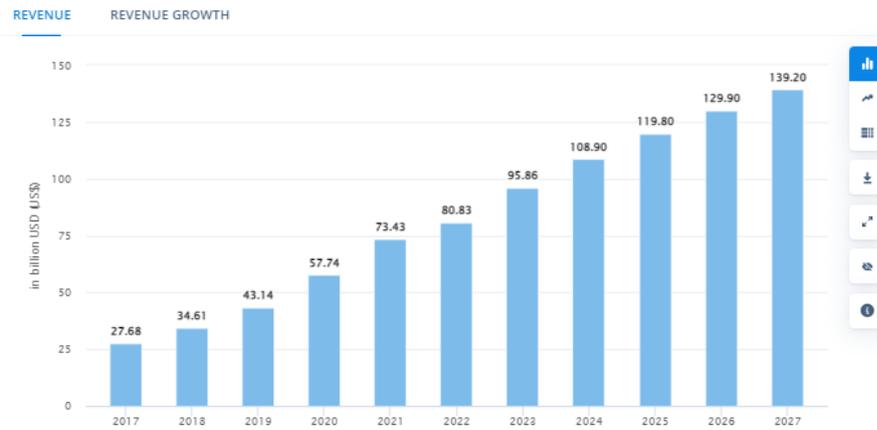
Namun berdasarkan gambar 1.8 yang masih menjadi *Top of Mind* dalam dunia *Streaming Video On Demand (SVOD)* adalah Netflix dan Disney+ Hotstar. Dilihat berdasarkan jenisnya setiap jenis layanan SVOD di Indonesia memiliki karakteristik tersendiri sebagai kekuatan persaingan yang kuat di Indonesia. Misalnya Disney+ Hotstar menampilkan film Disney dan Marvel, Netflix menampilkan serial original Indonesia maupun Asia, kemudian Viu menampilkan drama Korea, selanjutnya Iflix serial lokal Indonesia dan film Korea dan Jepang, sedangkan Vidio menampilkan acara TV yang bisa ditonton secara *live* atau *online* dan yang terakhir ada Mola TV yang menayangkan pertandingan sepakbola.

	NETFLIX	amazon prime video	iflix	Sinevision	goplay	Vidio	HBO GO	iTV	CATCHPLAY
Jumlah Konten	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★
Fitur Unik Andalan	Banyak konten original	Bayar berlangganan termasuk keahli game	Gratis biaya langganan bagi sejumlah operator	Isi lokal banyak konten Asia	Paket Bundles dengan ecosystem Gopay	Konten lokal SCTV & Indosiar	Konten original HBO	Langganan otomatis di perangkat Apple	Banyak konten film Mandarin
Film/Serial Original	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Film/Serial TV Barat	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
Drama Korea	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
Film Indonesia	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✓
Film India	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✗	✗
Sepakbola	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✗	✗
Anime	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Dokumenter	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✗	✗
Sewa Film Terbaru	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Lainnya	Menyediakan di jaringan lokal	tidak dibayar dengan gojby	layanan e-sports	tidak ditonton gratis dengan iklan	berlangganan dengan production house lokal	hingga film baru Indonesia	Streaming channel HBO	Konten original eksklusif	Tidak sewa per film
Maksimal jumlah perangkat terhubung	4	3	5	5	1	1	2	3	3
Sistem pembayaran	Kartu debit, kredit, paket streaming di sejumlah operator	Kartu debit, kredit, gojby	Kartu debit, kredit, voucher elektronik, gojby India	Voucher elektronik, e-wallet, Mandiri, LinkAja, gojby, billing, promo code	Go-Billing, GoPay, Voucher	Kartu debit/ kredit, DANA, voucher, transfer bank	Flomo, Google Play, atau lang di akun Prasarana Telekomunikasi	Kartu debit/ kredit, ApplePay, pembayaran bank	Kartu debit/ kredit, voucher elektronik, e-wallet, paket, transfer bank
Platform	browser, web android, iOS	browser, web android, iOS	browser, web android, iOS	browser, web android, iOS	android, iOS, TV (via Chromecast/AppleTV)	browser, web android, iOS	browser, web android, iOS	browser, web android, iOS	browser, web android, iOS
Biaya langganan per Bulan (mulai dari)	Rp. 49.000 (paket premium)	Rp. 85.000	Rp. 39.000	Rp. 30.000	Rp. 89.000	Rp. 19.000	Rp. 60.000	Rp. 69.000	Rp. 45.000

Gambar 1. 8 Perbandingan layanan *Streaming Video On Demand (SVOD)*

Sumber : Syarizka (2020)

Gambar 1.9 menunjukkan grafik pertumbuhan pendapatan yang dicapai oleh penyedia layanan *streaming* film di seluruh dunia sejak 2017. Angka tersebut diperkirakan akan terus tumbuh hingga 2027, dengan total penjualan akan mencapai \$139,2 juta per tahun.

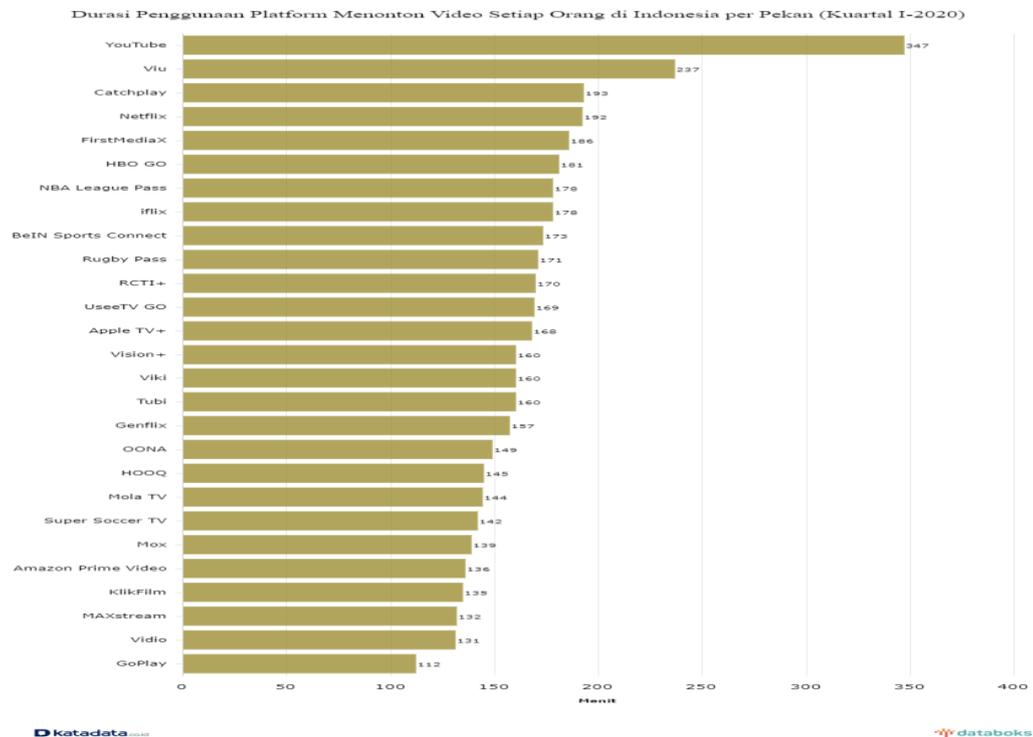


Gambar 1. 9 SVOD Global Revenue

Sumber : Statista (2022)

Pada gambar 1.10 menyatakan Youtube memegang kendali platform dengan durasi nonton terlama dibanding layanan *streaming* lainnya. Diantaranya durasinya selama 237 menit ada platform Viu, setelahnya 190 menit Catchplay dan Netflix, dan durasi terpendek yaitu platform Mox, Amazon Prime Video, klikfilm, MAXstream dan GoPlay dengan total durasi 130 menit kebawah (Lidwina, 2020).



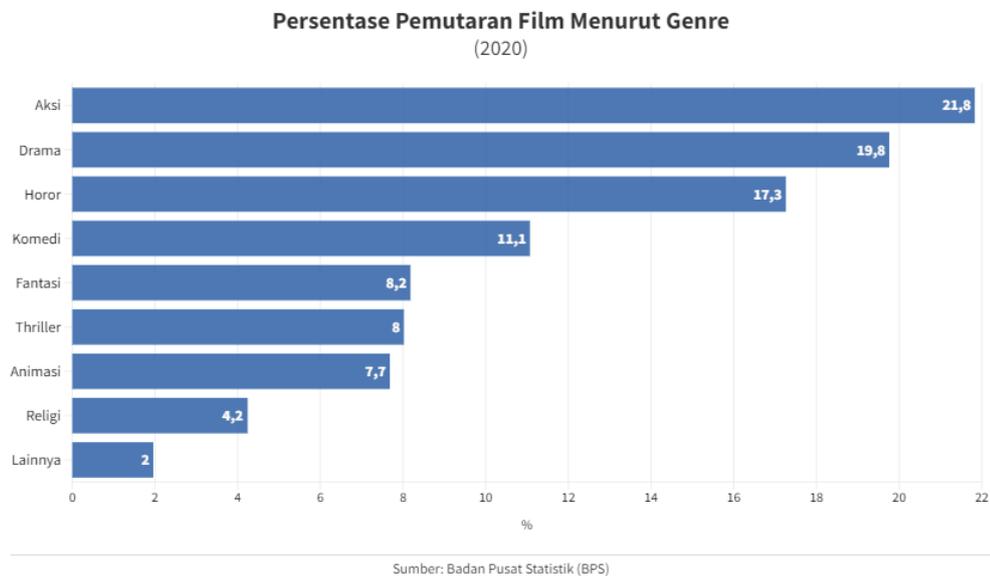


Gambar 1. 10 Durasi penggunaan SVOD dalam berbagai platform

Sumber: Katadata (2020)

Di Indonesia terdapat beberapa genre yang paling diminati oleh masyarakat, berdasarkan data dari Data Indonesia 2022 pada gambar 1.11, persentase dari genre *action* paling diminati yakni sebesar 21.8%, posisi kedua dengan genre drama sebesar 19.8%, dan sebanyak 17.3% bergenre horor. Ketiga genre inilah yang memenangkan posisi semua pemutaran film, sedangkan sebanyak 11,1% film yang diputar di bioskop tanah air memiliki genre komedi. Kemudian, proporsi film bergenre fantasi dan thriller yang diputar di layar lebar masing-masing sebesar 8,2% dan 8%. Persentase film bergenre animasi yang diputar di bioskop sebesar 7,7%.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



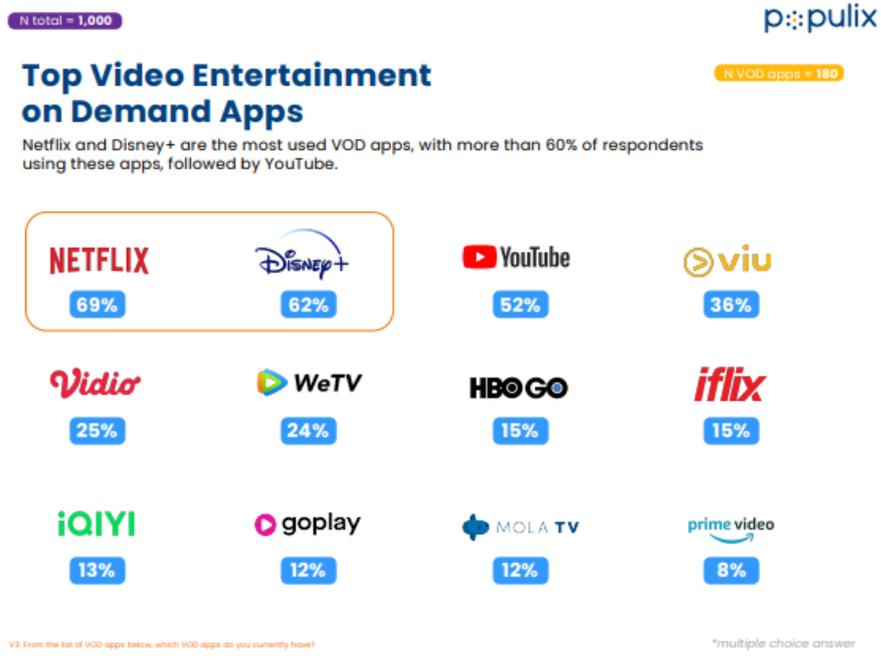
Gambar 1. 11 Genre film yang paling diminati

Sumber: Data Indonesia (2022)

Populix, (2022) melakukan penelitian survei untuk menentukan berapa banyak waktu yang dihabiskan konsumen untuk menggunakan layanan SVOD. Survei ini berupaya mengkaji pola penggunaan SVOD di kalangan masyarakat Indonesia secara lebih detail. Populix melakukan penelitian untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana konsumen Indonesia menggunakan *Streaming Video On Demand* mengingat persaingan yang ketat antara penyedia *streaming* di pasar hiburan digital. Setiap aplikasi dari berbagai macam platform untuk layanan *streaming video-on-demand* memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Netflix menyaingi seluruh platform dari segi keunggulannya mulai dari segi jumlah konten, harga, hingga macam-macam serial film yang ditayangkan sehingga sebanyak 69% pengguna menggunakan layanan SVOD Netflix, sebanyak 62% menggunakan Disney+ Hotstar, dan 52% tetap menggunakan Youtube.

Sedangkan GoPlay sendiri menawarkan film atau serial original dengan tambahan fitur *live streaming* namun sayangnya GoPlay hanya bisa diakses satu perangkat saja, berbeda dengan Netflix, Iflix, maupun Viu yang bisa diakses lebih

dari satu perangkat atau device, sehingga pengguna yang menggunakan layanan GoPlay masih terbelang sedikit dengan jumlah 12% saja sehingga belum mampu menyaingi Netflix, Disney+ Hotstar, dan sebagainya.

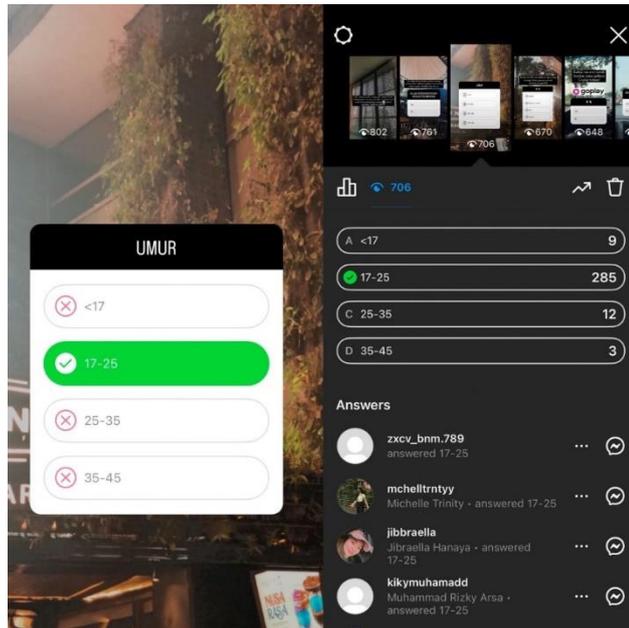


Gambar 1. 12 Top SVOD yang paling banyak digunakan

Sumber : Populix (2022)

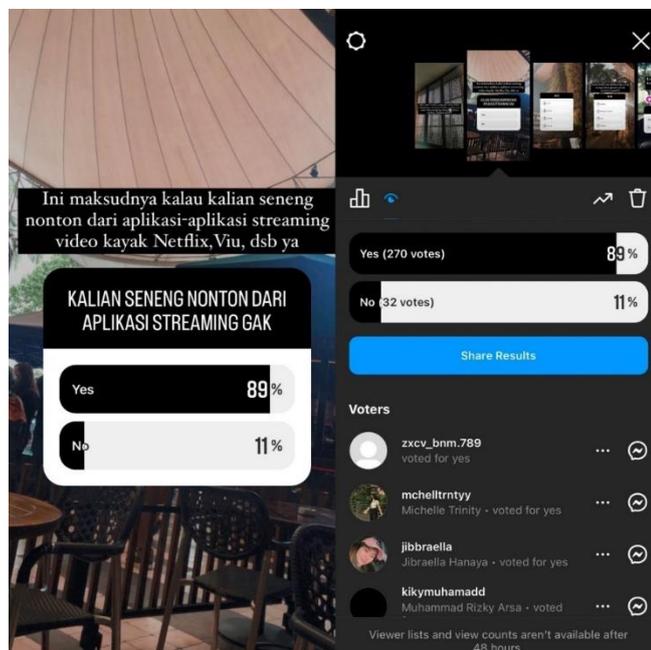
Untuk memperkuat data yang dilakukan oleh Populix (2022) bahwa pengguna GoPlay hanya sebesar 12%. Sebagai pendukung penulis juga melakukan survei awal pada akun instagram pribadi milik penulis yaitu @tassyaaa25 untuk mendapatkan data pendukung penelitian terkait pengguna aplikasi *streaming video on-demand* seperti pada gambar 1.13 hingga 1.17.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



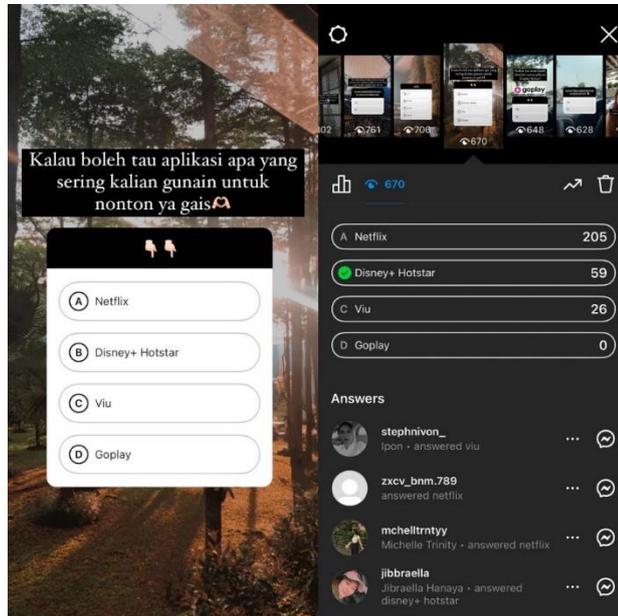
Gambar 1. 13 Usia pengguna aplikasi *streaming video on-demand*

Sumber : Data Pribadi Penulis (2022)



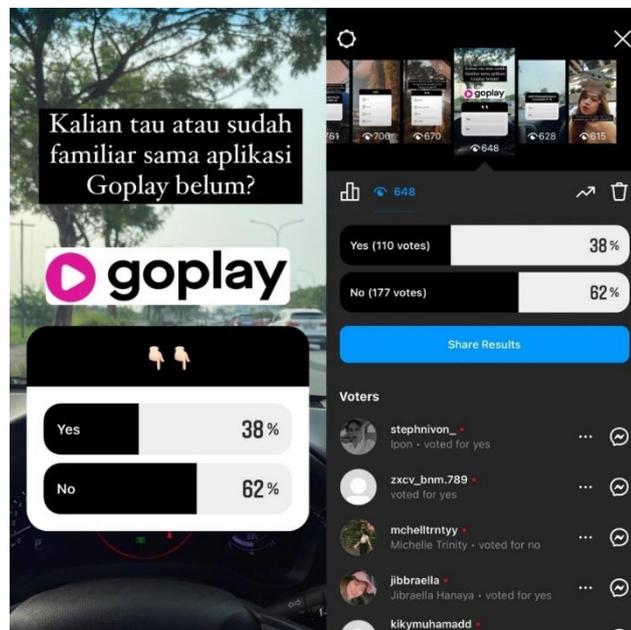
Gambar 1. 14 Ketertarikan konsumen terhadap aplikasi SVOD

Sumber : Data Pribadi Penulis (2022)



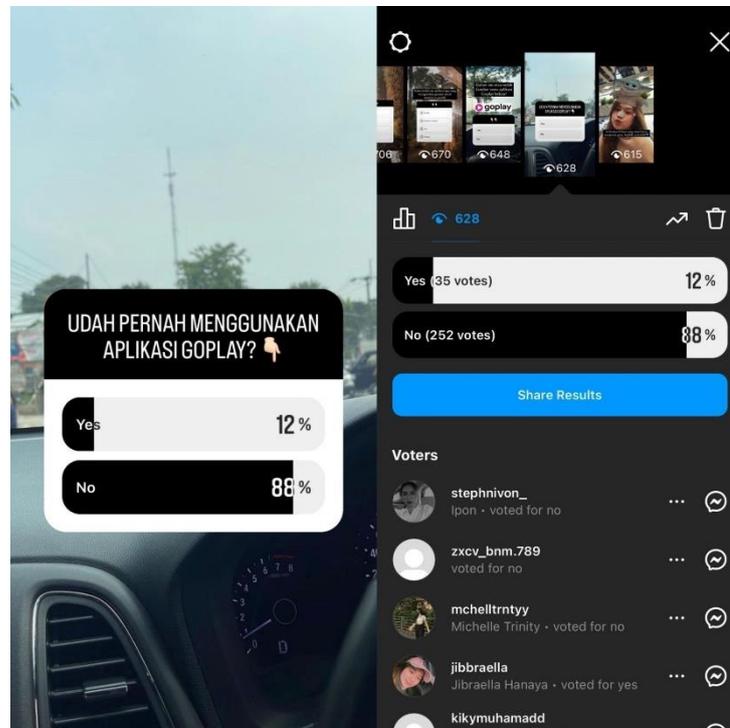
Gambar 1. 15 Pengguna aplikasi *streaming video on-demand*

Sumber : Data Pribadi Penulis (2022)



Gambar 1. 16 Masyarakat yang menggunakan aplikasi SVOD GoPlay

Sumber : Data Pribadi Penulis (2022)



Gambar 1. 17 Pengguna aplikasi SVOD GoPlay

Sumber : Data Pribadi Penulis (2022)

Berdasarkan gambar 1.13 mayoritas responden berada di kategori usia 17-25 tahun dengan total responden sebanyak 285 orang yang diikuti dengan usia 25-35 tahun dengan total responden 12 orang. Selain itu berdasarkan gambar 1.14 dari 761 *viewers story* sebanyak 302 orang berpartisipasi dalam polling tersebut, dengan 89% (270 orang) suka dan senang menggunakan aplikasi *streaming video on demand*, dan hanya 11% (32 orang) saja yang tidak senang menggunakan berbagai macam aplikasi SVOD. Sedangkan gambar 1.15 menunjukkan bahwa 290 orang yang berpartisipasi pada *story* Instagram, menunjukan 205 orang memilih Netflix untuk menonton layanan SVOD, 59 lainnya memilih Disney+ Hotstar sebagai aplikasi pilihannya, sedangkan sisanya sebanyak 26 orang menggunakan Viu. Data pada gambar 1.15 dari 290 responden menunjukkan bahwa pengguna GoPlay sendiri masih 0, hal ini terjadi karena sebanyak 62% (177 orang) belum familiar atau belum mengetahui kemunculan aplikasi GoPlay sebagai aplikasi layanan

SVOD seperti pada gambar 1.16. Hal ini menunjukkan bahwa perbandingan yang belum mengetahui lebih banyak daripada yang sudah mengetahui. Berdasarkan gambar 1.17 dari 682 viewers story sebanyak 88% (252 orang) belum pernah menggunakan atau mengaplikasikan aplikasi GoPlay sama sekali dan sebanyak 12% (35 orang) saja yang sudah pernah menggunakan aplikasi GoPlay untuk menonton layanan SVOD.

Oleh karena itu berdasarkan hasil responden survei awal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan niat calon pelanggan untuk berlangganan aplikasi GoPlay di Indonesia, dengan melihat berbagai faktor-faktor yang mempengaruhi niat berlangganan aplikasi GoPlay. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu GoPlay agar semakin banyak pengguna yang berlangganan aplikasi GoPlay agar bisa sukses bersaing dengan platform layanan SVOD lainnya.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat disimpulkan bahwa perkembangan internet sangat membawa perubahan yang sangat besar. Perubahan yang dimulai dari gaya hidup, ekonomi, dan kebutuhan. Dimana yang dahulu nya menonton film hanya bisa melalui televisi kabel saja sekarang semua televisi berbasis nirkabel maupun mengikuti aturan terbaru yaitu saluran televisi berbasis digital atau analog. Semakin banyak teknologi canggih yang dikembangkan, menyebabkan banyak orang beralih dari televisi analog ke aplikasi *Streaming Video On Demand* (SVOD). Semenjak Covid-19 banyak orang yang menghabiskan waktunya di rumah saja sehingga mereka mencari alternatif lain jikalau mereka tidak bisa menikmati film keluaran terbaru di bioskop, hal ini pun mengakibatkan banyak orang yang menikmati layanan *streaming video* berbasis online.

Secara garis besar ada beberapa kompetitor yang belum bisa disaingi oleh GoPlay dari sisi jumlah pengguna, yaitu Netflix, Disney+ Hotstar, dan Viu. Dalam hal ini GoPlay harus terus meningkatkan performanya agar mampu bersaing dengan

kompetitor dengan mengetahui faktor - faktor apa yang mempengaruhi *Intention to Use GoPlay*. Oleh sebab itu peneliti ingin mengetahui apakah beberapa faktor dalam penggunaan aplikasi layanan *streaming video on-demand* seperti *Compatibility, Relative Advantage, Accessibility, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Performance Risk, Perceived Safety, Attitude* memiliki pengaruh terhadap *Intention to Use GoPlay*.

Compatibility mengacu pada apa yang individu rasakan atau berpikir mengenai sebuah teknologi (Moore, G.C. & Benbasat, I. (1991);(Tornatzky & Klein, 1982) dan bagaimana hal itu cocok dengan kehidupan mereka (Kleijnen et al., 2004). Dalam hal tersebut pengguna tentunya akan memiliki niat untuk menggunakan aplikasi GoPlay ketika *compatible* dengan perangkat lunak mereka dan sesuai dengan gaya hidup mereka dalam layanan SVOD.

Relative Advantage adalah mengacu pada sejauh mana suatu inovasi dianggap menawarkan manfaat lebih daripada menggantikannya (Rogers, 2003). Sehingga kelebihan suatu inovasi, diukur dari tingkat yang lebih baik dari inovasi yang ada sebelumnya. Berdasarkan hal tersebut pengguna akan memiliki niat menggunakan aplikasi GoPlay ketika mereka lebih merasa nyaman daripada menggunakan layanan SVOD lainnya.

Accessibility menurut Parasuraman et al., (1988) aksesibilitas adalah pengguna dapat mengakses suatu sistem informasi tertentu dengan waktu tunggu yang pendek, serta kenyamanan dengan adanya waktu operasional yang fleksibel. Berdasarkan hal tersebut pengguna akan memiliki niat menggunakan aplikasi GoPlay ketika mereka dengan mudah mengakses kapan saja dan dimana saja tanpa harus memerlukan banyak waktu.

Perceived Ease of Use adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha (Davis et al., 1989) dalam penggunaan aplikasi berbasis teknologi baru (Venkatesh, 2000). Berdasarkan hal tersebut pengguna akan memiliki niat menggunakan aplikasi GoPlay ketika mereka

memahami dan mampu mempelajari dengan baik fitur-fitur aplikasi layanan SVOD.

Perceived Usefulness adalah sejauh mana niat pengguna untuk menggunakan teknologi informasi yang didasarkan pada kegunaan sistem yang dirasakan (Davis et al., 1989). Dengan kata lain, tingkatan ini menentukan apakah individu akan menganggap teknologi bermanfaat dalam mendukung yang ingin mereka lakukan. Berdasarkan hal tersenut pengguna akan semakin yakin dengan niat menggunakan aplikasi GoPlay sebagai layanan *Streaming Video On Demand* pilihan.

Perceived Performance Risk adalah risiko kinerja yang dirasakan atas kegagalan yang terjadi ketika layanan tidak sesuai harapan atau ekspektasi pengguna (Horton, 1976);(Taylor, 1974). Hal ini menyebabkan pengguna menunda keputusan dari memiliki niat berlangganan menjadi tidak memiliki niat berlangganan. Berdasarkan hal tersebut, pengguna akan memilih layanan GoPlay ketika resiko yang akan dihadapi kecil.

Perceived Safety mengacu pada jaminan tentang keamanan yang berkaitan dengan sejauh mana sebuah aplikasi mampu menjamin keamanan data informasi pengguna (Kimery & Mccord, 2002); (Miyazaki & Krishnamurthy, 2002). Berdasarkan hal tersebut, pengguna akan memiliki niat ketika mereka percaya bahwa data mereka akan aman selama mereka mengoperasikan aplikasi GoPlay.

Attitude adalah kecenderungan individu untuk menunjukkan reaksi tertentu terhadap suatu konsep atau objek (Vijayasarathy, 2004). Sehingga sikap didefinisikan sebagai suatu perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan suatu tindakan terhadap suatu sistem (Davis, 1993). Berdasarkan hal tersebut pengguna akan memiliki niat menggunakan aplikasi GoPlay merupakan keputusan yang bagus.

Sehingga berdasarkan fenomena masalah diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian terhadap aplikasi GoPlay untuk mengetahui apakah variabel *Compatibility, Relative Advantage, Accesssibility, Perceived Ease of Use, Perceived*

Usefulness, Perceived Performance Risk, Perceived Safety, Attitude memiliki pengaruh terhadap *Intention to Use GoPlay*. Dengan demikian peneliti telah merancang beberapa pertanyaan berikut:

1. Apakah *Compatibility* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Ease of Use* layanan aplikasi *Streaming Video On Demand GoPlay* ?
2. Apakah *Relative Advantage* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* layanan aplikasi *Streaming Video On Demand GoPlay* ?
3. Apakah *Accessibility* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* layanan aplikasi *Streaming Video On Demand GoPlay* ?
4. Apakah *Accessibility* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Ease of Use* layanan aplikasi *Streaming Video On Demand GoPlay* ?
5. Apakah *Perceived Performance Risk* memiliki pengaruh negatif terhadap *Attitude* layanan aplikasi *Streaming Video On Demand GoPlay* ?
6. Apakah *Perceived Safety* memiliki pengaruh positif *Attitude* layanan aplikasi *Streaming Video On Demand GoPlay* ?
7. Apakah *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Attitude* layanan aplikasi *Streaming Video On Demand GoPlay* ?
8. Apakah *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *Attitude* layanan aplikasi *Streaming Video On Demand GoPlay* ?
9. Apakah *Attitude* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to Use* layanan aplikasi *Streaming Video On Demand GoPlay* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fenomena permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *Compatibility* terhadap *Perceived Ease of Use* layanan aplikasi *Streaming Video On Demand* GoPlay.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *Relative Advantage* terhadap *Perceived Usefulness* layanan aplikasi *Streaming Video On Demand*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *Accessibility* terhadap *Perceived Usefulness* layanan aplikasi *Streaming Video On Demand* GoPlay.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *Accessibility* terhadap *Perceived Ease of Use* layanan aplikasi *Streaming Video On Demand* GoPlay.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh negatif *Perceived Performance Risk* terhadap *Attitude* layanan aplikasi *Streaming Video On Demand* GoPlay.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *Perceived Safety* terhadap *Attitude* layanan aplikasi *Streaming Video On Demand* GoPlay.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude* layanan aplikasi *Streaming Video On Demand* GoPlay.
8. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude* layanan aplikasi *Streaming Video On Demand* GoPlay.
9. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif *Attitude* terhadap *Intention to Use* layanan aplikasi *Streaming Video On Demand* GoPlay.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat positif terhadap akademis maupun praktis. Berikut manfaat yang diharapkan oleh peneliti, diantaranya :

1. Manfaat Akademis

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat menjadi wadah informasi yang dijadikan bahan edukasi dan acuan untuk penelitian selanjutnya dalam bidang yang sama terutama terkait variabel *Compatibility*, *Relative Advantage*, *Accessibility*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Performance Risk*, *Perceived Safety*, *Attitude* dan *Intention to Use*.

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini mampu memberikan gambaran, informasi, serta saran ataupun referensi terkait pengaruh variabel – variabel yang signifikan terhadap *Intention to Use* pengguna layanan aplikasi *Streaming Video On Demand GoPlay*.

3. Manfaat Peneliti

Besar harapan peneliti dalam penelitian ini agar dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta dapat mempelajari secara langsung untuk menganalisis mengenai pengaruh *Compatibility*, *Relative Advantage*, *Accessibility*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Performance Risk*, *Perceived Safety*, *Attitude* memiliki pengaruh terhadap *Intention to Use*.

1.5 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, ditetapkan batasan ruang lingkup penelitian berdasarkan kriteria yang relevan. Peneliti menggunakan beberapa batasan masalah yaitu sebagai berikut :

1. Peneliti menggunakan 9 variabel, yaitu: *compatibility*, *relative advantage*, *accessibility*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived performance risk*, *perceived safety*, *attitude*, dan *intention to use*.

2. Responden pada penelitian ini adalah orang yang suka menggunakan layanan media *Streaming Video On Demand*, mengetahui aplikasi dan fitur-fitur yang ada di GoPlay dan pernah mengoperasikan secara langsung aplikasi GoPlay, namun belum pernah berlangganan sama sekali pada aplikasi GoPlay. Usia minimal responden adalah 17 tahun, pada usia ini diharapkan sudah mampu memutuskan secara matang dan sudah boleh melakukan transaksi pembelian aplikasi berlangganan tanpa perantara orang tua maupun pihak ketiga dengan kata lain mampu bertanggung jawab atas dirinya dan perbuatannya (Sudono, 2022).

1.6 Sistematika Penulisan

Sistem dalam penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab, yang diantara lima bab tersebut saling terikat satu sama lain. Sistematika penulisan diantaranya sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bagian bab satu, latar belakang dijelaskan secara garis besar dan dengan luas kemudian menyempit atau mengerucut menjadi inti masalah, kemudian ke rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang disajikan sebagai tujuan penelitian yang layak, kemudian keunggulan atau manfaat penelitian, berikutnya diikuti oleh keterbatasan penelitian. masalah penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada bab kedua, peneliti memaparkan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian yang diteliti penutlis yang didukung oleh teori dan penelitian sebelumnya sebagai acuan landasan teori penelitian ini. Deskripsi teori memiliki korelasi masalah yang dirumuskan seperti: *compatibility*, *relative advantage*, *accessibility*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived performance risk*, *perceived safety*, *attitude*, dan *intention to use*. Serta pengembangan hipotesis serta model penelitian juga diuraikan pada bab ini.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ketiga, peneliti secara umum memaparkan objek penelitian dengan metode penelitian yang digunakan, persyaratan penelitian hingga penjelasan mengenai populasi dan sampel penelitian, definisi operasional dan teknik pengolahan data analisis.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab keempat, peneliti membahas mengenai hasil penelitian secara keseluruhan dengan teknik penjelasan menguraikan data hasil survei dengan menggunakan kuesioner yang dikumpulkan dan analisis *output* hubungan antara teori dan hipotesis yang berpengaruh.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir penelitian ini, peneliti membahas mengenai analisis kesimpulan yang dibuat berdasarkan temuan penelitian, rekomendasi atau saran dan masukan untuk perusahaan berdasarkan temuan tersebut untuk implementasi dengan GoPlay, dan rekomendasi untuk peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa.

