

# BAB I

## PENDAHULUAN

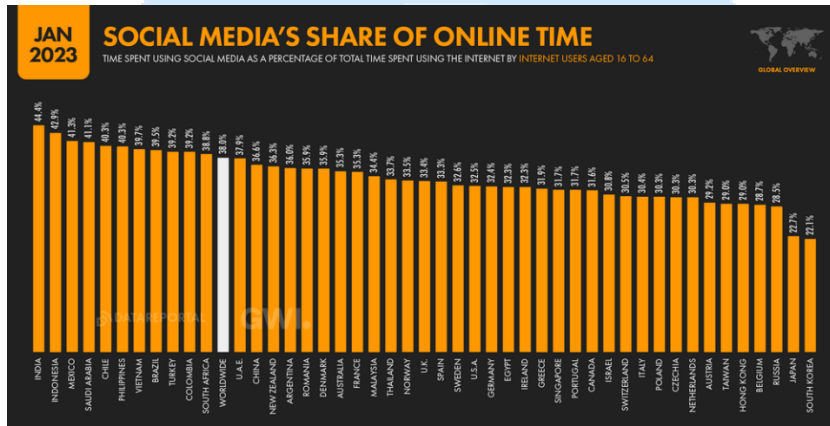
### 1.1 Latar belakang penelitian

Perkembangan internet di era modern saat ini mengalami peningkatan yang begitu pesat, berdasarkan laporan yang diterbitkan dari *website* DataIndonesia menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia sudah menyentuh angka 212 juta pengguna pada tahun 2023, yang berarti 77% dari total populasi masyarakat di Indonesia telah menggunakan internet dengan berbagai macam kebutuhan, angka 77% pengguna tersebut mengalami peningkatan jika dibandingkan dengan tahun 2022 yaitu mengalami peningkatan sekitar 3,85% dari 205 juta pengguna internet pada tahun tersebut, dan tentunya angka tersebut adalah peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya (Rizaty, 2023).

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

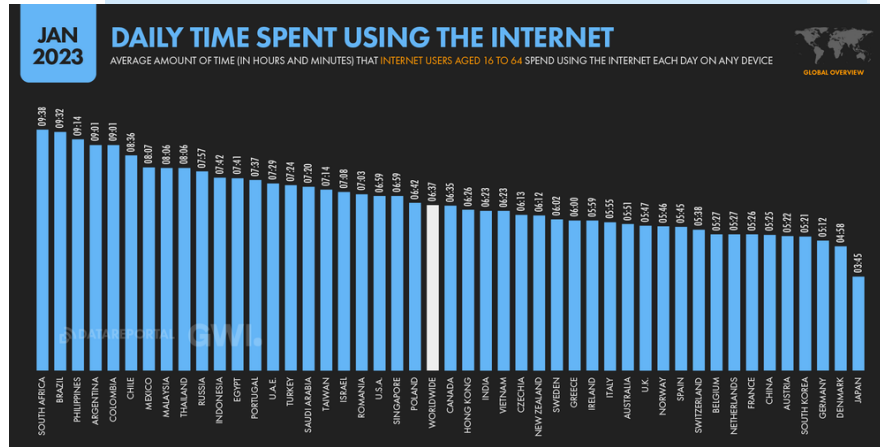


**Gambar 1. 1 Pangsa waktu online media sosial di dunia**

Sumber : Datareportal, (2023)

Berdasarkan data dari gambar 1.1 terlihat bahwa Indonesia menjadi salah satu negara yang menduduki posisi ke 2 sebagai negara dengan tingkat masyarakat yang menghabiskan waktunya untuk online terbanyak dalam penggunaan social media. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Datareportal terhadap konsumsi penggunaan social media pada setiap negara di dunia, rata-rata penduduk Indonesia menghabiskan waktu 42,9% waktu nya untuk bermain social media. Angka ini jauh lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata konsumsi media social negara lain, seperti Malaysia yang hanya sebesar 34,4% dan Singapura 31,7% (Kemp, 2023). Serta didukung oleh survei lainnya yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) tentang peningkatan penetrasi pengguna internet di Indonesia menyebutkan dari hasil survei tersebut mencatat bahwa tingkat penetrasi pengguna internet di Indonesia sepanjang tahun 2022-2023 telah mencapai angka 78,19% yang

mana angka tersebut adalah peningkatan dari tahun 2021-2022 yakni 77,02% (Yati, 2023).

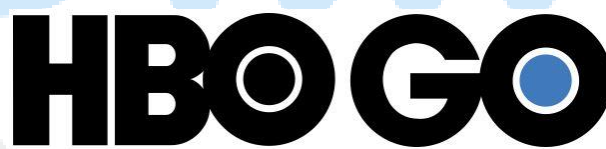


**Gambar 1. 2 Alasan Menggunakan Internet**

Sumber : Datareportal, 2023

Berdasarkan gambar 1.2 tentang Alasan Menggunakan Internet pada tahun 2023 memberikan kita gambaran apa saja yang diakses oleh masyarakat dengan adanya Internet, diantaranya adalah untuk mencari informasi, menjaga hubungan antar teman dan keluarga, mencari berita, menonton video, acara tv dan film melalui media *streaming* dan hal lainnya, dari gambar diatas kita dapat melihat bahwa per tahun 2023 pada bulan Januari mencatat bahwa sebanyak 49,7% pengguna internet di dunia menggunakan internet untuk mencari hiburan dengan menonton video, acara tv, ataupun menonton film melalui media *streaming* (Kemp, 2023).

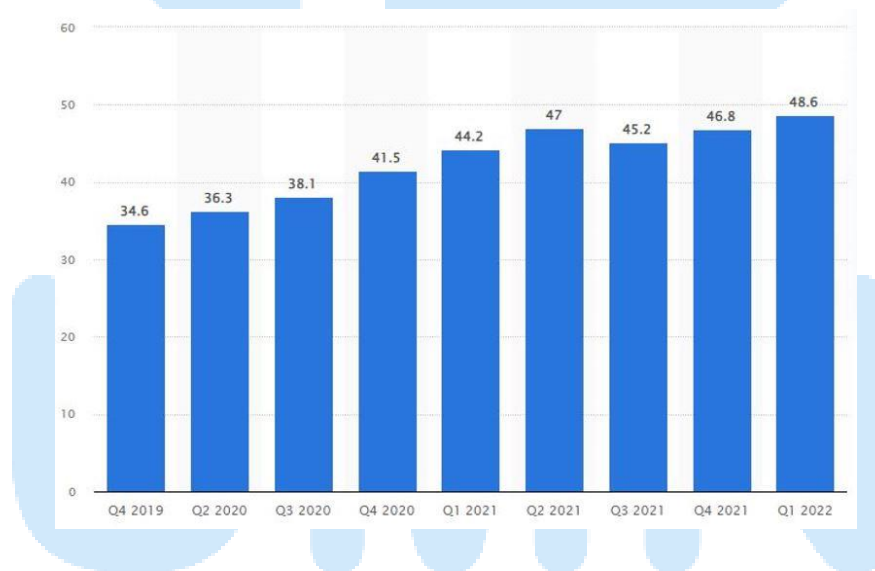
Media yang dapat diakses oleh masyarakat untuk menikmati hiburan melalui internet dikenal dengan layanan OTT (*Over-The-Top*), penyedia layanan OTT umumnya berbeda dibandingkan dengan operator jaringan yang mendasarinya. Berdasarkan pernyataan ini, jelas bahwa layanan OTT mewakili aplikasi beserta konten didalamnya, maupun diantaranya dimana penyedia merupakan perusahaan penyedia konten dan aplikasi (Godlovitch et al, 2015). OTT memiliki beragam jenis, salah satunya adalah Spotify sebagai salah satu penyedia layanan *streaming audio/video*, dengan harga yang relatif murah serta pilihan lagu yang lengkap dan terkini. Adapun Youtube sebagai layanan pemutar video yang dapat diakses secara gratis maupun berbayar yang lengkap. Dengan adanya *platform* tersebut diharapkan gaya hidup masyarakat pengguna OTT ini dapat menggunakannya dengan bijak baik yang gratis maupun berbayar untuk mengakses konten secara ilegal, sehingga angka pembajakan secara otomatis ikut menurun (Borja & Dieringer, 2016).



**Gambar 1. 3 Logo HBO Go**

Sumber : Logo.wine

HBO Go adalah layanan *streaming* yang menyediakan ribuan jam konten yang dapat diakses melalui berbagai perangkat dengan berbagai kategori serial maupun film, seperti HBO dan HBO Asia, dokumenter, hingga *blockbuster* Hollywood, drama dan film Asia, bahkan konten yang diperuntukan untuk anak. HBO Go sendiri adalah salah satu layanan berlangganan *streaming video on demand* yang disediakan oleh HBO. Untuk saat ini, HBO Go tersedia diberbagai negara di Asia seperti Hong Kong, Filipina, Malaysia, Singapura, dan Indonesia (hbogoasia, 2023).



**Gambar 1. 4 Jumlah pengguna HBO di Amerika Serikat**

Sumber : Statista.com, 2022

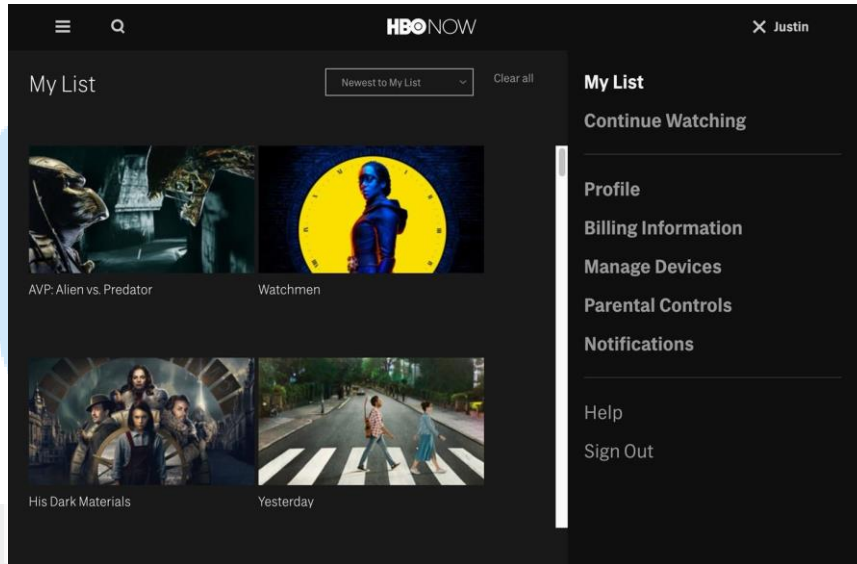
Berdasarkan data dari gambar 1.4 mengenai jumlah pengguna HBO di Amerika Serikat pada kuartal 4 tahun 2019 sampai dengan kuartal 1 tahun 2022 yang

diambil dari statista.com menunjukkan bahwa jumlah pengguna HBO telah mencapai 48,6 juta pengguna yang mana angka tersebut mengalami peningkatan sebesar 14 juta pengguna dari angka 34,6 juta pada quartal 4 tahun 2019 (Stoll, 2022). Sedangkan untuk pasar dunia, pengguna berlangganan HBO telah mencapai angka 70 juta pengguna pada quartal 4 tahun 2021. Pihak HBO menargetkan 150 juta pengguna sampai akhir tahun 2025 (Hayes, 2021).

HBO tidak hanya menawarkan 1 produk, tetapi berbagai layanan yang bisa dinikmati. HBO Now misalnya, yaitu video langganan berbasis OTT (Over the top). Layanan ini diluncurkan oleh jaringan televisi pada bulan April tahun 2015, dan bertujuan untuk bersaing dengan penyedia streaming lainnya seperti Netflix dan Hulu, setelah HBO Now dikaitkan dengan langganan televisi, dan ditawarkan sebagai layanan terpisah (Stoll, 2022). Jumlah pelanggan HBO Now mengalami peningkatan dari 800 ribu pada tahun 2015, beberapa bulan setelah rilis, menjadi lima juta pada Februari 2018. Pada Mei 2020, platform tersebut digantikan oleh layanan HBO Max, yang mana layanan tersebut juga menawarkan HBO on Demand, layanan VOD, dan HBO HD yang menyediakan konten dengan kualitas tinggi. Dalam hal pemrograman, HBO terkenal dengan film, serial televisi orisinal, acara olahraga, seperti pertandingan tinju, dokumenter, dan lain-lain (Stoll, 2022).

Masuknya layanan HBO secara resmi di Indonesia melalui layanan HBO Go pada bulan Februari 2020 cukup menghebohkan pasar karena semakin banyak pilihan

layanan video streaming yang bisa dinikmati dengan harga yang cukup kompetitif, dengan banyaknya genre konten yang bisa dinikmati seperti film Hollywood, konten original HBO, HBO Asia, dan CINEMAX. Hingga film Asia, serial, serta tayangan-tayangan yang dibuat untuk anak dari kartun terkenal seperti kartun produksi Cartoon Network (Lestari K. , 2020). Selain serial, banyak juga film-film populer seperti Shazam!, Aquaman, Crazy Rich Asian dan masih banyak lagi. Selain film dan serial, HBO Go juga menawarkan layanan lainnya seperti live TV yang dapat diakses untuk enam saluran Entertainment Network yang mana diantaranya adalah HBO, HBO Signaturem HBO Hitsm HBO Family, CINEMAX, dan RED BY HBO (Lestari K. , 2020).



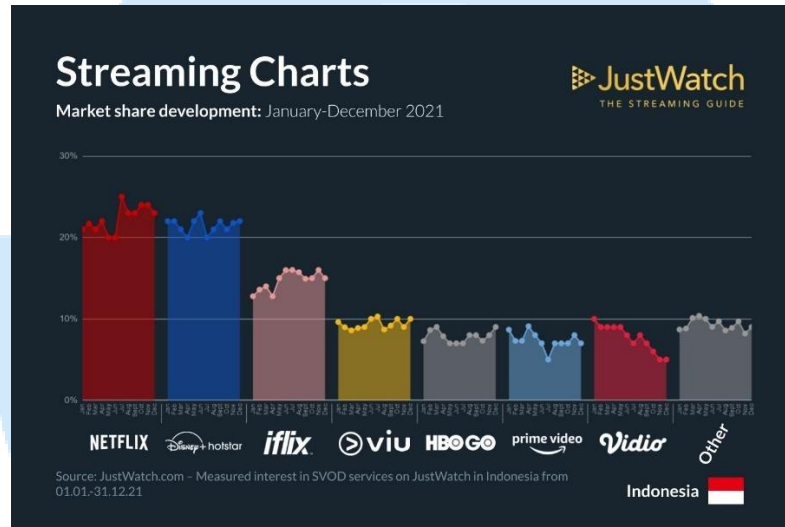
**Gambar 1. 5 Fitur watchlist HBO**

Sumber : Gadgethacks.com, 2020

HBO memiliki fitur bernama watchlist, yaitu fitur yang memungkinkan pengguna mengumpulkan dan menyortir konten yang mereka minati dalam beberapa kategori. Dengan begitu, pengguna tidak perlu menyaring katalog besar HBO setiap kali membuka aplikasi karena adanya fitur tersebut yang sudah menyimpan beberapa judul yang telah disimpan pada akun pribadi pengguna, lalu fitur lainnya yaitu Parental Control adalah fitur yang memungkinkan pengguna yang memiliki anak dapat membatasi akses anak-anak mereka untuk menikmati konten dengan batas umur yang sudah ditentukan sehingga orang tua tidak perlu khawatir akan akses konten yang dapat diakses oleh anak-anak mereka (Meyers, 2020). lalu ada fitur Continuity yakni fitur yang memudahkan pengguna untuk melanjutkan konten yang sedang disaksikan setelah pengguna berpindah perangkat ke perangkat lain yang terdaftar HBO Go (Meyers, 2020).

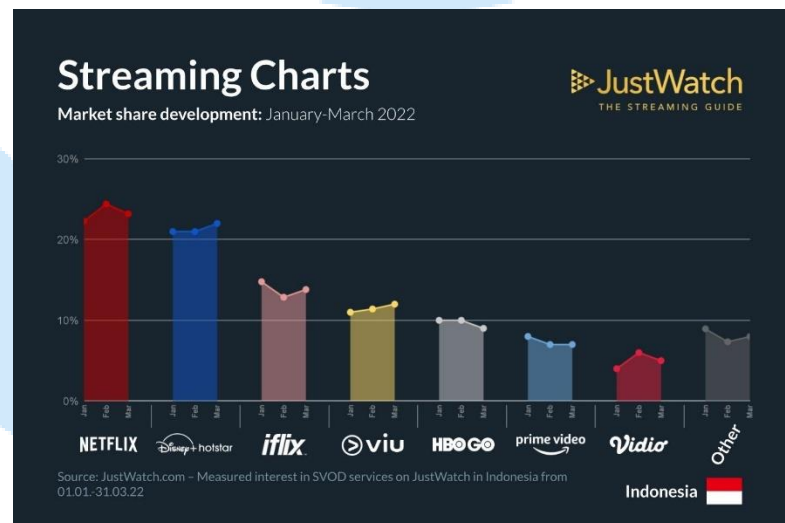






**Gambar 1. 6 Peringkat SVOD di Indonesia 2021**

Sumber : Kumparan.com, 2022



**Gambar 1. 7 Peringkat SVOD di Indonesia 2022**

Sumber : Justwatch.com, 2022

Berdasarkan gambar 1.8 dan 1.9 mengenai peringkat *streaming video on demand* di Indonesia menunjukkan bahwa HBO Go memiliki jumlah *market share* sekitar 9% pada tahun 2021 dan mengalami kenaikan sebesar 1% menjadi 10% pada awal Quartal 1 tahun 2022, namun mengalami penurunan pada bulan maret tahun 2022 (Pratama, 2022). Terdapat beberapa faktor yang membuat HBO memiliki kesulitan untuk meningkatkan *market share* secara signifikan, salah satunya adalah *Company Image*, berdasarkan survei yang dilakukan Yang, (2023), mengenai tantangan pemasaran HBO menyebutkan bahwa salah satu tantangan HBO adalah “*Brand Confusion and Hodgepodge*” yaitu HBO terlalu banyak memiliki varian produk contohnya HBO Max yang memiliki versi berbeda dari HBO Now dan HBO Go yang membuat para pengguna HBO Now dan HBO Go harus mengganti produk langganan mereka untuk mendapatkan versi berbeda dari produk yang biasa mereka gunakan, yang mana membuat pengguna merasa bingung dengan banyaknya varian produk. serta layanan media *streaming* yang disediakan oleh HBO Max tidak sempurna, situasi pemasaran HBO Max sejauh ini belum menjanjikan (Buoye et al, 2022).

**Tabel 1. 1 Perbandingan Aplikasi SVOD di Indonesia**

No	Nama	<i>App Share</i> Indonesia 2022	Harga Layanan
1.	Netflix	69%	Rp54.000/bulan

2.	Disney plus Hotstar	62%	Rp39.000/bulan
3.	Viu	36%	Rp30.000/bulan
4.	Iflix	15%	Rp39.000/bulan
5.	HBO Go	15%	Rp60.000/bulan

Sumber: Goodstats.id, 2022

Dapat dilihat dari tabel 1.1, diantara kelima penyedia jasa layanan SVOD di Indonesia, HBO Go masuk dalam kategori harga yang cukup mahal jika dibandingkan dengan kompetitor, bagi konsumen yang berpikir rasional secara ekonomis (secara finansial), harga merupakan faktor penting dalam komponen biaya (Zeithaml, 1998).

**Tabel 1. 2 Brand Knowledge HBO Go di Indonesia**

No	Keterangan	Total Responden
1	Mengetahui HBO Go	24 responden
2	Tidak Mengetahui HBO Go	8 responden

Sumber: Data Penulis, 2023

Berdasarkan survei yang dilakukan penulis mengenai pengetahuan masyarakat Indonesia yang menggunakan layanan SVOD (*Subscription Video on Demand*) pada produk HBO Go melalui *platform* Instagram, penulis mendapatkan total 32

responden dengan persentase jawaban dari responden mengenai pengetahuan keberadaan produk HBO Go di Indonesia adalah 75% mengetahui, dan 25% tidak mengetahui adanya produk HBO Go sebagai layanan SVOD (*Subscription Video on Demand*) di Indonesia.

**Tabel 1. 3 Layanan SVOD yang digunakan masyarakat Indonesia**

<i>Brand</i>	Netflix	Disney Hotstar	Iflix	Viu	HBO Go
Total Pengguna	17	8	0	4	0

Sumber: Data Penulis, 2023

Berdasarkan survei yang dilakukan penulis untuk mengetahui layanan SVOD (*Subscription Video on Demand*) apa yang digunakan masyarakat Indonesia melalui platform Instagram, penulis menjadikan top 5 penyedia layanan SVOD (*Subscription Video on Demand*) terbesar di Indonesia dan mendapatkan total 29 responden dengan jawaban yang didapat adalah Netflix menjadi urutan pertama layanan SVOD (*Subscription Video on Demand*) dengan total 17 pengguna, Disney Hotstar dengan total 8 pengguna, Viu dengan 4 pengguna, serta Iflix dan HBO Go dengan total 0 pengguna atau tidak ada pengguna Iflix dan HBO Go pada 29 responden yang didapat dari survei yang telah dilakukan penulis. Berdasarkan survei tersebut, penulis

memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan objek penelitian adalah HBO Go.

## 1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini berfokus untuk membuat para pengguna SVOD di Indonesia tertarik untuk menggunakan HBO Go, oleh karena itu penulis memilih untuk melakukan penelitian mengenai *Subscription Intention* pada layanan HBO Go. *Subscription Intention* adalah niat atau kemungkinan untuk menggunakan produk atau layanan berdasarkan kepercayaan dan keyakinan pada produk atau layanan yang ditawarkan (Sabrina, 2022). Serta beberapa faktor lainnya yang mendasari teori *Subscription Intention*, yaitu *Flexibility*, *Content*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Price*.

Faktor yang pertama adalah *Flexibility*, dapat didefinisikan sebagai salah satu kebutuhan yang harus dimiliki ketika memutuskan untuk bagaimana dan kapan menonton suatu video (Dasgupta & Grover, 2019). Dalam kasus ini, *Flexibility* yang ditawarkan HBO Go masih lebih rendah jika dibandingkan dengan layanan SVOD lainnya seperti Netflix. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari (Kumaran, 2020), HBO Go hanya dapat melakukan *streaming* dengan maksimal 2 perangkat secara bersamaan dari lima perangkat yang terdaftar, sedangkan Netflix dapat melakukan *streaming* dengan 4 perangkat sekaligus (Iskandar, 2021).

Faktor berikutnya yang mempengaruhi *Subscription Intention* adalah *Content*. Di era digital ini, pengguna dapat dengan mudah menemukan berbagai jenis konten yang sesuai dengan selera serta gaya hidup mereka, seperti konten berjenis olahraga, dokumenter, serial televisi, ataupun komedi (Mulla, 2022). Didukung dengan tidak tersedianya konten berbasis Korea membuat HBO Go memiliki kelemahan dari sisi ketersediaan pilihan konten, kegemaran masyarakat Indonesia mengonsumsi konten dari Korea didasari dari tren drama Korea yang berasal dari serial yang pernah ditayangkan di televisi swasta dan nasional Indonesia, yaitu drama Korea *Naughty Kiss*, *City Hunter* atau *Dream High* pada saat itu memiliki *rating* yang tinggi (Kedi, 2013).

*Perceived Ease of Use* dapat didefinisikan sebagai persepsi pada kemudahan pengguna yang sering kali dijadikan indikasi bagi seseorang untuk menggunakan teknologi baru yang dapat mengurangi upaya mereka untuk mempelajarinya dibandingkan dengan teknologi lama (Winata & Permana, 2020). Pada permasalahan ini, HBO Go memiliki beberapa kelemahan pada sisi fitur, berdasarkan ulasan dari Google play. HBO Go mendapati beberapa ulasan negatif, salah satunya adalah ketidaktersediaannya fitur untuk mengubah resolusi pada saat pengguna melakukan *streaming* melalui aplikasi HBO Go (Indra, 2023).

*Perceived Price* adalah total biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk atau layanan dan konsumen akan mendapatkan kepuasan berdasarkan

kelayakan harga yang ditawarkan (Auditya & Hidayat, 2021). Harga yang ditawarkan HBO Go relatif tinggi jika dibandingkan dengan 4 kompetitor besarnya, HBO Go memasang harga Rp60.000 untuk 1 bulan layanan, sedangkan Disney plus hotstar yang menjadi salah satu pesaing utama HBO Go memasang harga lebih rendah yaitu Rp39.000 (Writer, 2021).

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijabarkan di atas, penulis akan melakukan penelitian mengenai layanan *Subscription video on demand* HBO Go di Indonesia dengan variabel *Flexibility*, *Content*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Price* serta implikasinya terhadap *Subscription Intention*.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjelasan rumusan masalah di atas, maka pertanyaan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Flexibility* berpengaruh positif pada *Subscription Intention*?
2. Apakah *Content* berpengaruh positif pada *Subscription Intention*?
3. Apakah *Content* berpengaruh positif pada *Perceived Price*?
4. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif pada *Perceived Price*?
5. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif pada *Subscription Intention*?
6. Apakah *Perceived Price* berpengaruh positif pada *Subscription Intention*?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian dari rumusan masalah diatas, adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Flexibility* terhadap *Subscription Intention*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Content* terhadap *Subscription Intention*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Content* terhadap *Perceived Price*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Price*.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Subscription Intention*.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Price* terhadap *Subscription Intention*.

#### **1.5 Batasan Penelitian**

Pada penelitian ini sudah ditetapkan beberapa ruang lingkup yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan oleh penulis untuk melakukan penelitian ini, berikut adalah batasan yang telah ditetapkan:



1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebanyak 5 variabel, meliputi *Flexibility*, *Content*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Price*, dan *Subscription Intention*.
2. Responden berusia 16 sampai 36 tahun dan belum pernah menggunakan layanan HBO Go.
3. Melakukan persebaran kuesioner dengan cara menggunakan *google form*.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, tentunya penulis berharap agar penelitian yang telah dilaksanakan ini dapat memberikan manfaat bagi semua yang membaca baik secara akademis maupun praktis.

### **1.6.1 Manfaat Akademis**

Melalui hasil dari penelitian yang sudah diteliti oleh penilisi ini diharapkan agar dapat memberikan referensi bagi para peneliti lain baik bagi akademika Universitas Multimedia Nusantara maupun masyarakat umum, khususnya mengenai *Flexibility*, *Content*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Price*. serta implikasinya terhadap *Subscription Intention*.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Melalui hasil dari penelitian yang dibuat oleh penulis ini diharapkan agar dapat memberikan manfaat bagi para pelaku bisnis khususnya bisnis dalam bidang SVOD (*Streaming video on demand*) mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi niat konsumen untuk ingin menggunakan layanan yang ditawarkan, khususnya untuk layanan HBO Go di Indonesia agar dapat bersaing kompetitif dengan kompetitor mengenai pentingnya *Flexibility*, *Content*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Price*. terhadap *Subscription Intention*.

