

Marcommers : Jurnal Marketing Communication and Advertising

Issn : (print) 2086 - 5619
(online) 2714 – 5255

Vol. 12 issue 1, Maret 2023
DOI 10.22441/marcommers.v12i1.11489

Penggunaan Video On Demand (VOD) Brand Netflix Sebagai Media Hiburan Alternatif Selama Pandemi 2020

Mardhiyyah

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana

Author correspondence : mardhiyyah@mercubuana.ac.id

Received : 20 September 2022,
Revision : 24 Januari 2023,
Acceptance : 28 Februari 2023,
Published : 25 Maret 2023.

ABSTRAK

Peneliti menilai bahwa perlu adanya penelitian yang menggambarkan penggunaan *Video on Demand* (VoD) Netflix ini sebagai media hiburan alternatif selama pandemi 2020. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan Kualitatif. Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah pengguna aktif Netflix yang menjadikan Netflix sebagai media hiburan alternatif selama Pandemi. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dipublikasikan dalam jurnal nasional terakreditasi Sinta 5, yaitu Jurnal Visi Komunikasi. Sebagai penelitian dasar, maka penelitian ini dapat dikategorikan dalam tingkat kesiapterapan teknologi (TKT) level 3, yaitu sebagai pembuktian konsep fungsi dan/atau karakteristik penting secara analitis dan eksperimental. Hasil penelitian ini menunjukkan Preferensi khalayak pada konten media digital dibanding konten yang disajikan oleh media konvensional dikarenakan adanya kemudahan dan nilai efisien yang ditawarkan oleh media digital sehingga khalayak dapat menikmati konten siaran dimanapun dan kapanpun walaupun hanya dengan menggunakan *smartphone*, varian siaran yang terbatas dan monoton, serta kualitas isi siaran yang kurang kreatif dan tidak lagi mendidik masyarakat untuk menjadi penonton yang cerdas.

Kata Kunci : *Video on Demand* (VoD); Netflix; Pandemi

ABSTRACT

Researchers assess that there is a need for research that illustrates the use of Netflix's Video on Demand (VoD) as an alternative entertainment medium during the 2020 pandemic. The research method used is a case study with a Qualitative approach. The subject of this study is active Netflix users who made Netflix an alternative entertainment medium during the Pandemic. The results of this study are expected to be published in the national journal accredited by Sinta 5, namely the Journal of Communication Vision. As a basic research, this research can be categorized into level 3 of technological preparedness (TKT), namely as proof of the concept of function and / or important characteristics analytically and experimentally. The results of this study show the audience's preference for digital media content compared to the content presented by conventional media due to the ease and efficient value offered by digital media so that audiences can enjoy broadcast content anywhere and anytime even if only by using smartphones,

limited and monotonous broadcast variants, as well as the quality of broadcast content that is less creative and no longer educates the public to become smart viewers.

Keywords : *Video on Demand (VoD); Netflix; Pandemic*

PENDAHULUAN

Awal tahun 2020, seluruh dunia termasuk Indonesia sangat terguncang dikarenakan kemunculan virus Covid-19. Virus Covid-19 pertama kali ditemukan di Wuhan, China pada akhir 2019 lalu. Penyebaran virus yang belum ditemukan penawarnya itu hingga kini tak terkendali. Diberitakan sudah 200 lebih negara di dunia melaporkan adanya kasus terpapar virus corona (Detik, 2020). Dikarenakan penyebaran virus covid ini tidak terkendali, pada 12 Maret 2020, *World Health Organization (WHO)* menetapkan ini sebagai pandemi.

Virus Corona atau *severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2)* adalah virus yang menyerang sistem pernapasan. Penyakit karena infeksi virus ini disebut COVID-19. Virus Corona bisa menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernapasan, infeksi paru-paru yang berat, hingga kematian. Virus ini pertama kali masuk ke Indonesia setelah pada awal Maret 2020 lalu ditemukan warga Depok yang terinfeksi virus Covid-19.

Kebanyakan virus corona menyebar seperti virus lain pada umumnya, seperti percikan air liur pengidap (bantuk dan bersin), menyentuh tangan atau wajah orang yang terinfeksi, menyentuh mata, hidung, atau mulut setelah memegang barang yang terkena percikan air liur pengidap virus corona, ataupun melalui tinja atau feses.

Khusus untuk COVID-19, masa inkubasi belum diketahui secara pasti. Namun, rata-rata gejala yang timbul setelah 2-14 hari setelah virus pertama masuk ke dalam tubuh. Di samping itu, metode transmisi COVID-19 juga belum diketahui dengan pasti. Awalnya, virus corona jenis COVID-19 diduga bersumber dari hewan. Virus corona COVID-19 merupakan virus yang beredar pada beberapa hewan, termasuk unta, kucing, dan kelelawar. Sebenarnya virus ini jarang sekali berevolusi dan menginfeksi manusia dan menyebar ke individu lainnya. Namun, kasus di Tiongkok kini menjadi bukti nyata kalau virus ini bisa menyebar dari hewan ke manusia. Bahkan, kini penularannya bisa dari manusia ke manusia.

Penyebaran virus corona di Indonesia sangat cepat. Diberitakan bahwa pada tanggal 30 November 2020, Kasus positif Covid-19 bertambah 4.617 menjadi 538.883 kasus. Pasien sembuh bertambah 4.725 menjadi 450.518 orang. Pasien meninggal bertambah 130 menjadi 16.945 orang (Merdeka.com, 2020). Kondisi yang tidak membaik ini menyebabkan pemerintah selalu mengupayakan agar tidak terjadi peningkatan kasus positif di Indonesia. Salah satunya adalah dengan pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang sudah dilakukan di seluruh tanah air sejak Maret lalu. Presiden Joko Widodo menyampaikan bahwa untuk memutus mata rantai penyebaran virus covid-19 ini, masyarakat diminta untuk belajar, bekerja, dan beribadah dari rumah.

Pandemi virus corona ini memang membawa perubahan yang sangat signifikan di segala aspek kehidupan masyarakat. Tidak hanya dalam aspek ekonomi, aspek kesehatan, aspek politik, aspek sosial, hingga merubah gaya hidup masyarakat. Gaya hidup yang paling banyak berubah adalah cara berinteraksi dan mobilisasi masyarakat yang harus melakukan semua kegiatan sehari-hari di rumah. Akibatnya, terjadi kejenuhan tinggi yang menyebabkan masyarakat mulai mencari media-media hiburan alternatif untuk menghindari kejenuhan di rumah.

Selain memanfaatkan media elektronik seperti televisi dan radio ataupun media komunikasi seperti *smartphone*, saat ini masyarakat Indonesia sedang marak menggunakan *Video on Demand* (VoD) sebagai media hiburan alternatif untuk menghilangkan kejenuhan beraktivitas di rumah. Media digital ini adalah sebuah aplikasi seperti TV Streaming yang memberikan fitur-fitur yang menarik, seperti Film, Film Dokumenter, dan serial TV nasional maupun internasional.

Video-on-demand adalah sistem televisi interaktif yang memfasilitasi khalayak untuk mengontrol atau memilih sendiri pilihan program video dan klip yang ingin ditonton. Fungsi VOD seperti layaknya video rental, dimana pelanggan dapat memilih program atau tontonan ketika yang ingin ditayangkan. Di Indonesia saat ini sudah ada beberapa layanan VoD, rata-rata yang memiliki persentase besar sebarannya bersamaan dengan paket data sebuah *provider*, misalnya HOOQ dan Viu bersama Telkomsel, iflix bersama Indosat Ooredoo.

Salah satu Vod yang sangat populer saat ini di Indonesia adalah *Netflix*. Netflix, Inc. (/netfliks/) adalah salah satu penyedia layanan media *streaming* digital, berkantor pusat di Los Gatos, California. Didirikan pada tahun 1997 oleh Reed Hasting dan Marc Randolph di Scotts Valley, California. Bisnis utama dari perusahaan ini adalah layanan berlangganan *streaming* yang menawarkan film dan program televisi, termasuk beberapa program yang dibuat oleh *Netflix* sendiri. Netflix mulai masuk pasar Indonesia pada Januari 2016 dengan menawarkan berbagai konten orisinalnya yang memberikan lebih banyak pilihan dibanding pesaingnya. Seiring populernya serial TV dan film original Netflix, platform ini pun semakin bertambah pelanggannya. Pada tahun 2017 tercatat total pelanggan Netflix di Indonesia berjumlah 95 ribu pelanggan, lalu pada tahun 2018 pelanggan Netflix di Indonesia berkembang 2,5 kali lipat menjadi 273,3 ribu pelanggan, kemudian pada tahun 2019 jumlah pelanggan Netflix di Indonesia mencapai angka 482 ribu, dan diprediksi tahun 2020 pelanggan Netflix di Indonesia akan menyentuh angka 900 ribu pelanggan atau meningkat sebesar 88,35% dibandingkan tahun 2019 (Pusparisa, 2020).

Melalui layanan Netflix, pelanggan dapat menonton konten film atau serial TV favorit kapan pun, dimana pun, termasuk dari perangkat apapun yang terkoneksi internet. Selain itu, salah satu keunggulan Netflix adalah pelanggan mendapat kemudahan untuk mengatur konten yang ingin ditonton, bahkan semua itu dapat dinikmati tanpa iklan. Netflix menyediakan layanan berlangganan setiap bulannya dengan harga dan fitur yang berbeda-beda.

Selain itu, data di atas menjelaskan bahwa ada peningkatan yang signifikan dari penggunaan VoD Netflix di masyarakat. Ini sebagai bukti bahwa saat pandemi seperti ini, masyarakat menjadikan Netflix sebagai salah satu media alternatif untuk menghindari kejenuhan di rumah, selain menggunakan media konvensional seperti Televisi maupun Radio.

Berdasarkan pemikiran tersebut, peneliti menilai bahwa perlu adanya penelitian yang menggambarkan penggunaan *Video on Demand* (VoD) Netflix ini sebagai media hiburan alternatif selama pandemi 2020. Penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai perpindahan selera masyarakat akan media massa khususnya pada *platform* media digital, dan sudah mulai sedikit demi sedikit bergeser dari penggunaan media konvensional.

Fokus utama dalam penelitian ini adalah bagaimana penggunaan *video on Demand* (VoD) Netflix sebagai media hiburan alternatif selama pandemi 2020? Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan *Video on Demand* (VoD) Netflix sebagai media hiburan alternatif selama pandemi 2020.

Untuk manfaat teoritis, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi perkembangan Ilmu Komunikasi terutama mengenai perkembangan media baru khususnya perkembangan dan penggunaan *Video on Demand* (VoD). Sedangkan untuk manfaat praktis, Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dan masukan bagi pihak Netflix dalam memahami penggunaannya dan meningkatkan fitur-fitur yang disediakan guna memberikan peningkatan nilai guna bagi masyarakat.

METODE RISET

Metode riset yang digunakan pada peneliti ini ialah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Studi kasus termasuk dalam penelitian analisis deskriptif yang dimana suatu penelitian difokuskan terhadap suatu kasus tertentu yang nantinya diamati dan dianalisis (Hidayat, 2003). Penelitian menggunakan metode ini harus melakukan suatu analisis yang tajam dan akurat agar menemukan kesimpulan yang akurat dan pasti (Basrowi, 2008).

Metode adalah cara atau strategi menyeluruh untuk menemukan atau memperoleh data yang diperlukan, sedangkan penelitian pada hakekatnya adalah suatu proses untuk menemukan suatu kebenaran dari proses yang panjang dengan metode ilmiah yang sistematis (Yin, 2014:46).Keunikan dari topik penelitian ini yaitu relevansi antara topik penelitian dengan situasi dan kondisi saat ini yang sedang dilanda pandemi. Selain itu, penelitian ini juga dapat dinilai sebagai literasi media bagi masyarakat yang telah bermigrasi atau berpindah pada penggunaan media massa konvensional ke arah penggunaan media massa berbasis digital (Pabundu, 2006).

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Herdiansyah, 2010). Dikarenakan penelitian yang akan dilakukan mengenai penggunaan *Video on Demand*

(VoD) Netflix sebagai media hiburan alternatif selama pandemi, maka subjek dalam penelitian ini adalah khalayak/masyarakat yang berlangganan netflix. Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah :

- a. Informan adalah pelanggan aktif Netflix lebih dari 1 tahun
- b. Informan berusia 18 - 45 tahun, dikarenakan jangka umur tersebut adalah umur penonton aktif
- c. Informan adalah pelanggan yang menggunakan netflix sebagai media hiburan alternatif selama pandemi 2020.

Tabel 1 Deskripsi Informan

N o	Nama	Umur	Pekerjaan	Lama berlangganan Netflix
1.	Anne Kusumawardhani	42 Tahun	Wiraswasta	3,5 Tahun
2.	Henny	37 Tahun	Pramugari	2 Tahun
3.	Leonardo Lim	35 Tahun	Pegawai Swasta	3 Tahun
4.	Febriyanti	33 Tahun	Ibu Rumah Tangga	3 Tahun
5.	Yuliana	35 Tahun	Pengusaha Bakery	3 Tahun
6.	Yudi Tarigan	40 Tahun	Guru	1,5 Tahun
7.	Chloe Angelica	22 Tahun	Mahasiswa	2 Tahun

Adapun yang menjadi objek pada riset ini adalah penggunaan *Video on Demand* (VoD) Netflix sebagai media hiburan alternatif selama pandemi 2020. Melalui riset ini, peneliti berharap dapat memberikan gambaran mengenai penggunaan *Video on Demand* (VoD) Netflix sebagai media hiburan alternatif selama pandemi yang menandakan adanya migrasi khalayak dari penggunaan *platform* media konvensional ke penggunaan *platform* media digital.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perkembangan yang pesat pada teknologi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan pada pilihan khalayak akan media yang digunakan. Saat ini, khalayak memiliki kekuasaan untuk menentukan media dan konten media yang mereka inginkan sesuai dengan kebutuhan mereka (Sobur, 2014). Kemajuan teknologi memberikan pilihan yang lebih beragam bagi masyarakat untuk memilih, dikarenakan pemusatan media massa hanya pada media cetak dan media elektronik telah diperluas dengan platform media digital yang mampu memberikan tampilan media cetak dan media elektronik dengan kemasan yang lebih praktis, lengkap, mudah, efisien, dan dapat dinikmati kapanpun dan dimanapun.

Kemudahan dan kelengkapan yang ditawarkan oleh media digital inilah yang menciptakan terjadinya pergeseran khalayak dari media konvensional ke media digital. Ada banyak faktor yang menyebabkan terjadinya pergeseran tersebut, baik yang ditimbulkan dari sisi media massanya, atau dari sisi khalayak sebagai penikmat media massa. Menurut Denis McQuail (Williamson, 2011) menjelaskan bahwa pilihan khalayak akan media massa dapat dilihat dari sisi khalayak dan sisi media.

Faktor sisi khalayak menjelaskan bahwa atribut pribadi seperti usia, gender, posisi dalam keluarga, pekerjaan, pendidikan, pendapatan dan gaya hidup sangat mempengaruhi seseorang dalam memilih media yang ingin mereka gunakan. Selain itu, latar belakang sosial dan lingkungan, kebutuhan khusus terkait media, selera dan kesukaan pribadi, kebiasaan umum dari penggunaan media di waktu luang, kesadaran, konteks spesifik dari penggunaan dan kesempatan adalah faktor pembentukan khalayak dalam menentukan jenis media yang digunakan. Sedangkan dari sisi media, terdapat sistem media, struktur kelengkapan media, pilihan konten yang tersedia, publisitas media, serta waktu dan penyajian adalah hal yang mendasari pemilihan dan perhatian dari pengguna media massa.

Hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh informan dalam penelitian ini. Ada banyak alasan yang diungkapkan perihal berpindahnya pilihan informan pada sajian yang ditawarkan oleh media digital. Penyebab berpindahnya preferensi khalayak pada konten media digital dibanding konten yang disajikan oleh media konvensional seperti televisi adalah kemudahan dan nilai efisien yang ditawarkan oleh media digital sehingga khalayak dapat menikmati konten siaran dimanapun dan kapanpun walaupun hanya dengan menggunakan smartphone. Penggunaan media konvensional yang memerlukan tempat, alat, dan waktu tertentu dinilai tidak memiliki nilai kemudahan yang diinginkan oleh khalayak masa kini, yang saat ini dituntut untuk bisa cepat, tepat, dan efisien dalam hal apapun. Hal ini menjelaskan bahwa penggunaan media digital disebabkan oleh atribut pribadi yang dimiliki oleh informan, misalnya saja dari faktor pekerjaan, gaya hidup, usia, gender, dan pendidikan.

Pekerjaan, usia, dan gaya hidup menjadi hal utama yang akan membentuk kebiasaan khalayak dalam menggunakan media massa. Misalnya saja seperti salah seorang informan yang bernama Leonardo Lim, yang berprofesi sebagai pegawai swasta. Pekerjaan yang dilakukannya sehari-hari turut menentukan jumlah asupan dan pilihan media massa yang dikonsumsinya setiap hari. Tuntutan pekerjaan yang tinggi mengarahkan informan pada pilihan media massa yang dapat memberikan kemudahan, kelengkapan, praktis, dan bisa dinikmati kapan saja dan dimana saja ketika ada waktu luang. Ini menjelaskan bahwa dalam menentukan pilihan media massa yang akan digunakan, latar belakang sosio kultural khalayak ikut berperan.

Hal lain yang juga diungkapkan oleh informan adalah kejenuhan masyarakat pada konten siaran yang disajikan oleh media konvensional. Informan menganggap bahwa varian siaran yang ditawarkan oleh media konvensional sangat terbatas dan monoton. Ini menjelaskan bahwa terdapat sisi media yang tidak terpenuhi dikarenakan

terbatasnya pilihan khalayak pada konten yang disajikan, sehingga isi tayangan tidak mampu memberikan daya tarik bagi khalayak untuk mengkonsumsi lebih lama media massa tersebut.

Selain itu, dalam wawancara yang dilakukan dengan informan, hal lain yang juga menjadi catatan adalah kualitas isi tayangan yang tidak mengedepankan sisi kreatif tetapi lebih pada tuntutan akan rating dan keuntungan media tersebut, sehingga banyak konten yang tidak mendidik, mengandung nilai kekerasan, konflik, dan pornoaksi dianggap sebagai suatu “kewajaran” tanpa mempertimbangkan dampak yang akan timbul pada masyarakat.

Tampilan kualitas isi yang diperlihatkan oleh media konvensional saat ini dianggap tidak lagi mampu membangun mental masyarakat menjadi penonton yang cerdas. Konten-konten siaran yang dibumbui dengan nilai-nilai kekerasan, dramatisasi konflik, penyebaran nilai-nilai budaya yang tidak sesuai dengan budaya Indonesia, ujaran kebencian, pornoaksi, serta penggunaan kata-kata kasar pada akhirnya bukan lagi dianggap sebagai sebuah “kewajaran” bagi khalayak. Jika media konvensional masih terus menerus mengangkat hal tersebut sebagai bagian dari konten siaran, maka cepat atau lambat pergerakan migrasi khalayak pada media digital tidak akan lagi bisa dielakan.

Alasan tersebut yang kemudian menyebabkan terjadinya hegemoni media yang pada akhirnya mendorong masyarakat memilih media baru sebagai alternatif dalam mendapatkan informasi. Hegemoni dapat diartikan sebagai dominasi suatu kelompok terhadap kelompok lainya dengan atau tanpa ancaman kekerasan, sehingga ide-ide yang didiktekan oleh kelompok dominan terhadap kelompok yang didominasi diterima sebagai sesuatu yang wajar (*common sense*) (Poerwadarminta, 2015). Lama kelamaan, kaum kapitalis yang memiliki modal akan memandang ini sebagai “ladang uang” dengan menciptakan media alternatif yang mampu sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Salah satu media alternatif yang saat ini diminati oleh masyarakat Indonesia adalah *Video on Demand* (VoD). VoD adalah sistem televisi interaktif yang memfasilitasi khalayak untuk mengontrol atau memilih sendiri pilihan program video dan klip yang ingin ditonton. Fungsi VOD seperti layaknya video rental, dimana pelanggan dapat memilih program atau tontonan ketika yang ingin ditayangkan. Di Indonesia saat ini sudah ada beberapa layanan VoD, misalnya saja HOOQ, Viu, Netflix, iflix, iTunes, viki, Tribe, dan masih banyak merek lainnya.

Salah satu VoD yang mengalami peningkatan jumlah pelanggan yang pesat di Indonesia adalah Netflix. Netflix adalah penyedia layanan hiburan internet terkemuka di dunia dengan lebih dari 193 juta keanggotaan berbayar di lebih dari 190 negara, menyuguhkan serial TV, dokumenter, dan film panjang dalam berbagai genre dan bahasa. Netflix memungkinkan seluruh pelanggannya dapat menonton sepuasnya, kapan pun, di mana pun, melalui layar apapun yang terhubung ke Internet.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, informan menganggap Netflix memiliki kelebihan dibanding merk VoD yang lain. Adapun kelebihan Netflix adalah

memiliki fitur yang beragam dan menarik, memiliki film dan program netflix original, koleksi kontennya lebih lengkap, harga lebih terjangkau, ramah anak dengan *parental control*, dan memiliki pilihan bahasa yang beragam.

Di tengah persaingan *video on demand* (VoD) yang menjamur, Netflix dipilih banyak pelanggannya dikarenakan fasilitas dan fitur yang disediakan mampu memberikan warna baru dalam sensasi menonton video. Sajian dan konten pilihan yang tidak hanya fokus pada film-film tertentu tetapi juga mampu menghadirkan pilihan dari berbagai negara dan bahasa menjadi pilihan yang tepat dalam melewati kejenuhan beraktivitas dari rumah selama pandemi 2020.

Sudah sewajarnya jika kemudian semua informan berpendapat bahwa Netflix adalah media hiburan alternatif yang sangat membantu menghilangkan kejenuhan di saat harus melakukan semua aktivitas di dalam rumah selama pandemi 2020. Ini dikarenakan Netflix mampu memberikan varian konten, baik film, serial TV, drama, dokumenter, ataupun program-program original yang mampu merepresentasikan keinginan khalayaknya.

Selain memberikan alternatif hiburan, untuk drama dan serial, penonton dapat melihat episode yang lengkap dari episode awal hingga akhir. Dengan kelengkapan yang disajikan oleh Netflix mampu menciptakan perilaku baru pada khalayak, yaitu *binge watching*. Dimana terbentuknya perilaku kalap menonton serial video tanpa henti. Hal tersebut juga diperkuat dengan tersedianya fitur yang menyediakan fungsi putar otomatis untuk memudahkan penonton melihat episode selanjutnya.

KESIMPULAN

Dari riset yang sudah dilakukan, maka kesimpulannya adalah sebagai berikut : 1) Preferensi khalayak pada konten media digital dibanding konten yang disajikan oleh media konvensional dikarenakan adanya kemudahan dan nilai efisien yang ditawarkan oleh media digital, sehingga khalayak dapat menikmati konten siaran dimanapun dan kapanpun walaupun hanya dengan menggunakan *smartphone*, varian siaran yang terbatas dan monoton, serta kualitas isi siaran yang kurang kreatif dan tidak lagi mendidik masyarakat untuk menjadi penonton yang cerdas. 2) Bagi informan, ada banyak kelebihan yang dimiliki oleh Netflix dibanding VoD yang lain, diantaranya memiliki fitur yang beragam dan menarik, memiliki film dan program netflix original, koleksi kontennya lebih lengkap, harga lebih terjangkau, ramah anak dengan *parental control*, dan memiliki pilihan bahasa yang beragam. 3) Bagi informan, Netflix adalah media hiburan alternatif yang sangat membantu menghilangkan kejenuhan di saat harus melakukan semua aktivitas di dalam rumah selama pandemi 2020. Ini dikarenakan Netflix mampu memberikan varian konten, baik film, serial televisi, drama, dokumenter, ataupun program-program original yang mampu merepresentasikan keinginan khalayaknya.

Adapun yang menjadi saran dalam riset ini adalah : 1) Bagi Netflix, dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan pelayanan dan menambah fitur-

fitur baru bagi pelanggan setianya, sehingga terbentuk loyalitas yang tinggi dari pelanggan untuk tidak beralih kepada jenis VoD yang lain. 2) Bagi masyarakat, dengan adanya pilihan yang beragam dari jenis media yang bisa dikonsumsi, harus tetap bijak dan positif dalam menerima isi siaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Basrowi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. PT Rineka Cipta.
- Detik. (2020). *Penyebab Asal Mula dan Pencegahan Virus Corona di Indonesia* . Diakses pada tanggal 15 November 2020 melalui <https://news.detik.com/berita/d-4956764/penyebab-asal-mula-dan-pencegahan-virus-corona-di-indonesia>
- Herdiansyah. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Salemba Humanika.
- Hidayat, D. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial*. Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Merdeka.com. (2020). *Data terkini korban covid-19 di Indonesia* . Diakses pada 1 Desember 2020 melalui <https://www.merdeka.com/peristiwa/data-terkini-korban-covid-19-di-indonesia->
- Pabundu. (2006). *Metodologi Riset Bisnis*. Bumi Aksara.
- Poerwadarminta, W. (2015). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Pusparisa, Y. (2020). *Pelanggan Netflix Naik 15,8 Juta di Tengah Pandemi Covid-19*. Diakses pada 10 Maret 2021 melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/04/24/pelanggan-netflix-naik-158-juta-di-tengah-pandemi-covid-19>
- Sobur, A. (2014). *Ensiklopedia Komunikasi P-Z*. Simbiosis Rekatama Media.
- Williamson, D. (2011). Book Review: McQuail's Mass Communication Theory. *Media International Australia*, 139(1). <https://doi.org/10.1177/1329878x11113900136>