

**MOTIVASI MENONTON FILM PADA APLIKASI
BERBAYAR NETFLIX
(Studi kasus pada Masyarakat Kelurahan Pangeran)**

Aisya Qonita Taqia¹, M. Ali Wafa², Laila Qadariah³

¹Ilmu Komunikasi, 70101, Ilmu sosial dan Ilmu politik, Universitas Islam Kalimantan
(UNISKA) Muhammad Arsyad Al-Banjari, 19110113

²Ilmu Komunikasi, 70101, Ilmu sosial dan Ilmu politik, Universitas Islam Kalimantan
(UNISKA) Muhammad Arsyad Al-Banjari, 1112016301

³Ilmu Komunikasi, 70101, Ilmu sosial dan Ilmu politik, Universitas Islam Kalimantan
(UNISKA) Muhammad Arsyad Al-Banjari, 1129097201

E-mail : aisyaaqonita0@gmail.com

ABSTRAK

Streaming memiliki arti pengiriman data berupa konten berbentuk video ke perangkat elektronik seperti komputer atau *handphone* melalui transmisi internet secara konstan. Secara teknis, media baru merupakan media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Kategori media baru ialah portal, *website* (situs web, blog dan media sosial). Peneliti menggunakan teori *Uses and Gratification* karena teori ini menjelaskan mengenai hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa, yang menimbulkan sebuah *effects* bagi pengguna dari media massa tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana motivasi masyarakat di Kecamatan Banjarmasin Utara dalam menonton film melalui aplikasi berbayar *Netflix*. Adapun jenis penelitian yang digunakan berupa penelitian deskriptif dengan menggunakan analisis data kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan *purpose sampling* yang dimana informan/narasumbernya adalah masyarakat Kelurahan Pangeran berumur 20-42 tahun. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa kualitas aplikasi *netflix* memberikan kepuasan secara audio dan visual sangat bagus dan sepadan dengan harga yang terjangkau sehingga penonton menjadi lebih nyaman saat menonton *netflix*. selain itu, *netflix* juga memudahkan masyarakat untuk mencari film- film keluaran terbaru dengan kualitas yang jernih. Serial untuk ditonton di banyak perangkat dan di lokasi mana pun, pengguna akan memilih dan akan menyesuaikan pengalaman menonton mereka dengan preferensi, kebutuhan, dan gaya hidup mereka. Untuk melakukan personalisasi, *Netflix* memiliki beberapa gambar, sinopsis, gambar yang dapat digunakan untuk menyajikan setiap rekomendasi kepada setiap pengguna. Hal tersebut dapat dipilih untuk melihat tampilan berbagai aspek video singkat (trailer), seperti aktor atau sutradara yang terlibat di dalamnya, penghargaan yang dimenangkan, rating, latar, *genre*, dan lain sebagainya.

Kata Kunci : Motivasi menonton, Aplikasi Berbayar, Netflix

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Nasrullah, R. (2014). *Teori Riset Media Siber (Cybermedia)*. Kencana Prenadamedia Group. Jakarta
- Uniska, (2021). *Buku Panduan Skripsi Fisip*. Banjarmasin

SKRIPSI

- Fandi & Ranta Juwita, (2022), *The Effect of Motivation and Trust on Netflix Purchasing Intention in Palembang City*. Palembang. MDP STUDENT CONFERENCE (MSC)
- Malia, Y.N. (2021). *Analisis Minat Konsumen Berlangganan Netflix Di masa Pandemi Perspektif Ekonomi Islam (Doctoraal dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB)*
- Tsaniyyata, N. K. M. (2014). *Pengaruh Minat Menonton Film Drama Korea Terhadap Kecenderungan Narsistik Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim*. Malang (Doctoral dissertataion, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Wahyuni, V. (2022). *Motivasi Masyarakat Di Kecamatan Medan Marelan Dalam Menonton Film Melalui Aplikasi Berbayar Netflix (Doctoral Dissertation)*.
- Yusof, N. B., & Bakar, M. S. A.(2022). *Motivasi Penontonan Filem Di Netflix Dalam Kalangan Rakyat Malaysia Semasa Pandemik Covid-19*.

JURNAL

- Anshari, I. N. (2019). Sirkulasi Film Dan Program Televisi Di Era Digital: Studi Kasus Praktik Download Dan Streaming Melalui Situs Bajakan. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 10(2), 88-102.
- Edwin, J., & Irwansyah, I. (2021). *Motivasi Milenial Menonton Layanan Streaming*. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(1), 77-100.
- Muhammad Irfan Djamzuri, (2022). *Fenomena Netflix Platform Premium Video Streaming Membangun Kesadaran Cyber Etik Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi*. Jakarta. *Jurnal ilmu sosial dan pendidikan (JISIP)*
- Nerissa Mutiara Murpratiwi, (2022). *Representasi Nilai-Nilai Edukasi Dalam Netflix Bagi Generasi Z*. Jakarta. *Jurnal edukasi IPS*
- Nina Afra Rifai, (2022). *Motif Remaja Dalam Menggunakan Aplikasi Netflix Dikota Samarinda*. *Ejournal.ilkom.fisipunmul.ac.id*

