

Pemanfaatan *Streaming Media Netflix* saat Pandemi Covid-19

Rifqi Fauzan Saori, Riyanto

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Inter Studi

Jakarta, Indonesia

Rfaoezans16@gmail.com, Riyantocawas67@gmail.com

Abstract—Globalization that developed in the country includes the whole aspects of human life, geography, nationality, culture, and the world's condition. Internet eases the media massa to do proceeding and processing communication in order to deliver the information to the audience easily. The VOD service makes the users can choose the variation and they can watch their favorited video on the internet which is part of interactive system. even more, there is also the presence of Covid-19 and it also makes everyone's life to be more difficult. The theory Uses and theory Gratifications are closely related to the media's activities so that audience's activities are needed. The realization of audience satisfaction is really seen as a trend of wider satisfaction. The research that is using qualitative method and descriptive approach tries to describe the Netflix to audience especially for Teenagers at Rumah Susun Cipinang Muara 2 RT 017 RW 02 Duren Sawit, Jakarta Timur by interviewing to some credible audience on that place, Netflix can entertain themselves during Covid-19, meanwhile they have to stay at home for a long time. It can be as the place for entertainer when they feel tired because they realize that they cannot do anything. Beside that, Netflix also helps to find the educational spectacle, as the reference to get a creative job, or just for the topic in the community. So, the conclusion is that Netflix can relieve the fatigue and becoming the educational spectacle.

Keywords—Benefits, Netflix, Teenager.

Abstrak—Globalisasi yang berkembang di tanah air melibatkan seluruh aspek kehidupan manusia, geografi, kebangsaan dan budaya, bahkan kondisi dunia. Internet mempermudah media massa untuk melakukan proses dan mengolah komunikasi agar dapat menyampaikan informasi ke masyarakat dengan mudah dan murah. Layanan VOD membuat penggunaanya bisa dapat memilih variasi dan menonton video yang disukai di jaringan internet yang merupakan bagian dari *interactive system*. Terlebih saat hadirnya *Corona Viruses Disease 2019* (Covid-19) yang cukup merepotkan kehidupan manusia. Dengan teori *Uses and Gratifications Theory* berkaitan erat dengan kegiatannya media, sehingga aktifitas khalayak diperlukan dalam penggunaan media. Realisasi kepuasan khalayak dipandang sebagai tren dalam kepuasan pada cakupan yang makin luas. Penelitian dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan diskriptif berusaha mendiskripsikan *Netflix* di kalangan remaja di Rumah Susun Cipinang Muara 2 RT.017 RW.02 Duren Sawit, Jakarta Timur.

Kata Kunci—Manfaat, Netflix, Remaja.

I. PENDAHULUAN

Globalisasi yang berkembang di tanah air melibatkan seluruh aspek kehidupan manusia, geografi, kebangsaan dan budaya, bahkan kondisi dunia. Konten global saat ini tidak lagi terhalang, melainkan berkembang pesat secara transparan menuju informasi, transportasi, dan perkembangan teknologi yang dapat berdampak pada manusia (*the big village*). Oleh karena itu, interaksi sosial pada masyarakat, sifatnya hanya sementara. Sifat masyarakat dan interaksi sosial bergantung pada kepentingan di dunia maya. Sekilas, orang-orang ingin 'menjelajah' atau menikmati permainan *game* secara daring dengan berselancar di dunia maya dan mengobrol, lalu keluar lagi. Selain itu, terdapat interaksi sosial jangka panjang dalam kehidupan berkelompok, biasanya pengguna internet (*netizen*) dalam komunitas virtual, saling berinteraksi, berbisnis di komunitas virtual (Riyanto, 2017).

Internet mempermudah media massa untuk melakukan proses dan mengolah komunikasi dengan tujuan agar komunikasi dapat menyampaikan informasi ke masyarakat dengan mudah dan murah. Berbagai layanan Internet dewasa ini berkembang sangat pesat, salah satunya berupa layanan *Video Streaming* ke publik, APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) mencatat sekitar 45,3% pengguna Internet menggunakan fitur *Video Streaming* dalam menonton Film (APJII, 2019) Inovasi yang dilakukan merupakan bagian dari platform internet yang memperkenalkan layanan dalam bentuk VOD (*video on demand*).

Layanan VOD membuat para pemakainya bisa memilih variasi dan menonton video yang disukai di jaringan internet yang merupakan bagian dari *interactive system*. VOD dapat dimanfaatkan sebagai media *streaming*, dan proses pengunduhan (Wahanani et al., 2018).

Seperti media sosial lain yang mulai ramai kalangan remaja. Media massa itu dikenal *Netflix* dengan platform layanan *Video on Demand* (VOD) yang bisa disamakan atau disetarakan dengan tempat persewaan DVD, namun *Netflix* bisa menawarkan film berbentuk digital dari internet. Bahkan *Netflix* dapat disamakan dengan Televisi berbayar (kabel), tidak ada iklan dalam konten, dan penonton tidak perlu menunggu seperti jadwal siaran serial, dan penonton dapat memilih sendiri apa yang ingin dinikmati atau

ditonton dalam waktu senggangnya. Layanan ini dapat dinikmati melalui langganan yang relatif murah. Sehingga pengguna dapat mengakses film dan serial TV yang sudah dikemas sedemikian rupa oleh *Netflix*. Untuk dapat menikmati layanan tersebut harus memiliki jaringan internet yang baik dan kuota internet mencukupi. Pasalnya, *Netflix* memiliki mekanisme media *streaming* seperti halnya media sosial *Youtube* (Bohang, 2016).

Saat dunia sedang dikejutkan hadirnya *Corona Viruses Disease 2019 (Covid-19)* yang cukup merepotkan semua kehidupan manusia. Covid-19 merupakan virus mematikan dengan tingkat penularan tinggi, yang disanyalir berasal dari Wuhan, China, yang membuat pemerintah dan masyarakat berbagai negara berusaha menanggulangi dan mengantisipasi dengan berbagai cara. Bagi masyarakat yang terkena dampak virus, dapat mengadopsi berbagai metode untuk menanggulangi, mulai dari kebijakan *lockdown* hingga pembatasan sosial skala besar (PSBB). Menurut Laporan Kompas.com menyebutkan bahwa Covid-19 bukan merupakan hasil rekayasa genetika, tetapi adalah wabah alami yang disebarkan kelelawar. (Bima Jati & Putra, 2020).

Dalam kondisi yang kurang menentu, *Netflix* dapat berperan sebagai media hiburan yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat selama pandemi Covid-19, yang menyebabkan mereka tetap berada di rumah, dan membuat masyarakat jenuh, penat serta bosan. Masyarakat dihadapkan pada suasana yang perlu penanganan secara matang dan mendalam, sehingga perlu hiburan untuk melupakan sejenak *pandemic Covid-19* (Pusparisa, 2020).

Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) menggolongkan kaum muda (*youth*) dalam usia 15 sampai 24 tahun. Definisi remaja dapat ditinjau dari tiga bagian (1): Secara kronologis, remaja adalah individu yang berusia antara 1 (1-12) tahun sampai (20-21 tahun) (Arianti, 2012).

Data *Pew Research Center* pada 2017 memperlihatkan bahwa enam di antara sepuluh orang yang berusia 18-29 tahun, sebanyak 61 persen mengatakan mereka menghabiskan waktu menonton televisi melalui layanan *streaming*, lebih banyak dibanding mereka yang menonton televisi melalui kabel maupun antena digital (Faisal, 2018). Contohnya, penggunaan *Netflix* pada remaja, ditemukan di Rumah Susun Cipinang Muara 2 Jakarta Timur yang notabennya remaja tersebut menggunakan *Netflix* yang mendapatkan informasi layanan dari media sosial.

Faktor remaja menggunakan *Netflix* di rumah susun ialah (1) Pengobat rindu menonton film disaat biokop – bioskop tutup saat Pandemi Covid-19 (2) Pandemi Covid-19 menghambat menonton film terbaru secara legal, dan *Netflix* menyediakan film serial terbaru dalam Platformnya (3) Memudahkan menonton film dirumah, kehadiran *Netflix* juga membuat penonton *flexible* untuk menonton Film atau Series yang disukai sambil melakukan aktivitas lain. (Christian, 2020)

Berdasarkan penjelasan diatas dan karena populernya *Netflix* dikalangan remaja rumah susun ini, penting untuk dibahas mengingat masih sedikitnya sumber dan referensi yang membahas tema tersebut. Oleh karenanya, penulis ada

ketertarikan untuk melakukan penelitian *Netflix* dikalangan remaja.

A. Rumusan Masalah

Apakah Alasan Remaja mengapa menggunakan *Netflix* saat *pandemic covid-19*? (2) Bagaimana Manfaat *Neflix* saat *pandemic covid 19* terhadap Remaja?

B. Tujuan Penelitian

Mengetahui Alasan Remaja mengapa menggunakan *Netflix* saat *pandemic covid-19* (2) Mengukur tingkat kepuasan dan manfaat Penggunaan *Netflix* bagi Remaja saat *pandemic covid-19*.

II. METODOLOGI

Metode penelitian ini bersifat deskriptif dan kualitatif, serta secara sistematis, jujur dan mendeskripsikan fakta dan karakteristik kelompok orang atau objek dalam penelitian. Sumber data penelitian mengadopsi format melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*). Data tersebut dikaji ulang dengan jawaban partisipan dan akan terus didiskusikan dengan pertanyaan penelitian hingga mendapatkan model yang jelas tentang *Netflix* dan kaitanya dengan remaja di wilayah Cipinang Muara Dua, sehingga data yang diperoleh dapat mendiskripsikan sesuai kebutuhan, lengkap dan terpercaya (Inkaristi, 2014).

Informan kunci (*key informan*) penelitian ini remaja di rumah susun berumur 23 tahun dan berprofesi sebagai Video Editor. Pemilihan *key informan* ini berdasarkan pertimbangan sebagai penonton atau konsumen *Netflix* dan aktif melihat perkembangan *Netflix* serta menjadikan sebagai salah satu referensi untuk pembahasan, serta informan memiliki waktu cukup untuk memberikan informasi yang dibutuhkan (Jordan, 2020).

Informan utama adalah mereka yang berkecimpung pada kegiatan bidang kreative, informan mempunyai waktu yang memadai untuk memberikan informasi penting yang dibutuhkan. Maka dari itu, alasan yang membuat para informan menonton *Netflix* menjadi informan utama.

Informan utama adalah remaja umur 25 tahun dan berprofesi sebagai *Graphic Designer*. Sedangkan informan pendukung, dapat menyesuaikan dengan kondisi lapangan saat pengumpulan data, yaitu tiga remaja berumur 24 Tahun dan berprofesi sebagai karyawan swasta. Informan pendukung ini memberikan informasi tambahan sekaligus menguatkan pernyataan dari infoman kunci dan informan utama, serta aktif dalam kegiatan pemanfaatan *Netflix* di kalangan remaja yang cukup lama (Jordan, 2020).

Menurut Saldana, koding dapat diartikan sebagai cara untuk memperoleh kata atau kalimat yang menentukan adanya fakta yang menonjol, menangkap esensi fakta, atau menemukan kesimpulan dari pembahasan yang ditelaah. Teknik analisis koding dapat dilakukan dalam upaya untuk mendapatkan gambaran mengenai fakta dari data yang sudah diperoleh (Saldana, 2014).

Djam'an Satori dan Aan Komariah (dalam Moleong,

2007:328) menyatakan bahwa “Penelitian kualitatif dapat dinyatakan absah apabila memiliki derajat kepercayaan (kredibilitas), derajat keteralihan (transferabilitas), derajat ketergantungan (dependabilitas), dan derajat kepastian (confirabilitas)”. Dengan adanya pandangan tersebut, maka data yang dikumpulkan dari lokasi penelitian dapat melalui proses pengecekan keabsahan data.

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Kebutuhan Kognitif (*Cognitive Needs*) Kebutuhan Afektif (*Affective Needs*), Serta Kebutuhan untuk melepaskan (*Escapist Needs*) ini tersampaikan lewat pengalaman menonton *Netflix*, pengalaman menonton film yang baru meningkatkan rasa kepuasan dan manfaat, berikut kutipan dari *Key Informan*.

A. Wawancara tanggal 20 Maret 2021 bersama *Key Informan*.

Karena *Netflix* kontennya lebih universal, kalau Disney Hotstar ya hanya konten Disney, kalau HBO agak sulit di akses, dan kalau Viu, gue kan kurang banget sama korea. *Netflix* Solusinya, Sangat berguna juga untuk gue sekarang, yang pertama buat ilangin bosan gue di saat psbb kaya gini, dan gue juga punya banyak referensi referensi baru karena di *Netflix* itu orang orang mengacu kesana semua nih ke film film dan series di *Netflix* jadi ngebantu gue untuk ngedit kaya gimana ya gue liat referensinya di *Netflix* udah gitu Untuk hiburan udah pasti, karena kerja terus kan butuh hiburan dong, dan untuk ilangin kepenatan gue kerja, terus ilangin bosan dirumah doang (*key Informan*).

Platform *Netflix* bermanfaat untuk para pelakunya dan *Netflix* jugmemberikan rasa percayaca untuk penontonya sehingga penonton terus menggunakan platform tanpa ada rasa bosan berikut wawancara bersama informan utama:

Wawancara tanggal 17 Mei 2021 bersama Infroman Utama. “Gua dari 2017 pakai *Netflix*, *Netflix* itu dari jaman tahun–tahun sebelumnya tuh nyediain film film independent beda banget sama film bioskop. Jadi di bioskop sama *Netflix* itu ga semuanya di bioskop ada film *Netflix* nya. Lebih eksklusif lah film film *Netflix* karena dikeluarin cuman khusus di *Netflix* aja, dan Lebih ke hiburan sih, banyak hiburan pun dan gue merasa teredukasi juga di film filmnya mereka, alasan mutlaknya, gue sih hiburan sih ya, dan emang waktu itu penolong banget sih waktu itu disaat pssb itu. Dampaknya gue sampe sekarang banyak terhiburnya sama *Netflix*, dan tetep mau sampe kedepannya gue percaya sama *Netflix* untuk rilis film terbarunya itu, Iya jadi kebetulan gue di bidang kreatif, di satu sisi gue ga liat dari cerita filmnya jadi banyak dari belakang layer atau proses mereka membuat film gue tertarik banget. *Outputnya* film film *Netflix* sekarang banyak yang menginspirasi gue kaya pengambilan gambar terus *color gradingnya* terus sama ya bisa dipetik lah dari film film *Netflix* ini tuh film film yang lebih banyak inspirasinya. “(Informan Utama) *Netflix* juga membuat penontonya meningkatkan kebutuhan sosial yang keprehensif

(*Comprehensive Social Needs*),

Karena penonton merasa film-film *Netflix* bisa dibuat untuk obrolan baru bersama teman-teman dan penonton juga merasa kebutuhan pribadi secara integrative (*Personal Intergrative Needs*) terpenuhi (Muhammadiyah, 2021).

Berikut wawancara bersama informan pendukung:

B. Wawancara tanggal 21 Maret 2021 bersama *Informan Pendukung (1)*.

“Ya itu kaya menurut gua sebelumnya kan gua orang yang diem kalo lagi ngomongin film, cuman semenjak gua pake *Netflix* sekarang gua jadi kaya ya nyambung sama temen temen gua walaupun kadang temen temen udah nonton ini gua baru tonton, Banyak sih gak cuman hiburan doang, tapi hiburan yang utama, tapi menurut gua *Netflix* film filmnya bisa edukasi gua juga sih. Sebenarnya ki gua kan ga terlalu suka film luar cuman semenjak ada sih *Netflix* ini gua jadi banyak nonton film luar, dan juga banyak hal yang gapernah gua tau sebelumnya kaya kemaren gua nonton seluk beluknya openingnya sih *Netflix* ternyata dari salah satu film.

Kebutuhan Kognitif, Afektif juga dirasakan oleh 2 *Informan Pendukung* lainnya, *Informan* tersebut merasakan dampak yang signifikan setelah menonton *Netflix* berikut wawancara Bersama *Informan* pendukung (Muhammadiyah, 2021).

C. Wawancara tanggal 21 Maret 2021 bersama *Informan Pendukung (2)*

Karena menurut gua sih simple sih kan gua anaknya random banget nih kalo kaya pengen moodnya nonton tuh mood gue tuh kaya tiba tiba pagi pagi jam 4 ga mungkin dong bioskop ada yang buka jam segitu, dan jam jam produktif gua nonton sih jam jam segitu sih, *Netflix* juga menurut gua bagus, terus banyak juga film dan seriesnya berkualitas menurut gua. Itu sangat menggantikan bioskop walaupun tidak senyaman bioskop ya. Rekomen lah buat orang orang yang suka film lah

Sebagaimana hasil wawancara yang sudah diuraikan, peneliti memakai percakapan informal. Menurut Moleong (2007) peneliti dan partisipan bertemu pada komunikasi informal yang bersifat santai sehingga akan merangsang partisipan mengungkapkan informasi-informasi yang diperlukan tanpa terpaksa (Muhammadiyah, 2021).

IV. KESIMPULAN

Pemanfaatan diukur ditingkat kepuasan penonton *Netflix* yang terdapat tiga motif menonton karena merasa *Netflix* adalah tayangan hiburan, kedua menonton *Netflix* sebagai sarana edukasi dan yang ketiga menonton *Netflix* untuk dijadikan bahan diskusi. Penonton *Netflix* di Rumah Rusun Cipinang Muara 2 mempunyai motif beragam. Motif pemakaian *Netflix* diantaranya adalah pemenuhan kebutuhan hiburan dan relaksasi, edukasi, dan persahabatan. Keempat indikator tersebut ditemukan penekanan yang berbeda. Pada dua indikator yakni tingkat kepuasan menonton *Netflix* disaat pandemik Covid 19 sebagai motif

pencarian hiburan dan edukasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] APJII. (2019). Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018. apjii. <https://apjii.or.id/survei>
- [2] Arianti, S. I. (2012). Pembelajaran Kesadaran Kesehatan Reproduksi Pada Siswa Smalb/C (Tunagrahita). *Jurnal Ilmiah Guru Caraka Olah Pikir Edukatif*, 16(01).
- [3] Bima Jati, B. J., & Putra, G. R. A. (2020). Optimalisasi Upaya Pemerintah Dalam Mengatasi Pandemi Covid 19 Sebagai Bentuk Pemenuhan Hak Warga Negara. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 7(5). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i5.15316>
- [4] Bohang, F. K. (2016). Akhirnya Masuk Indonesia, *Netflix* Itu Apa? CNN Indonesia. <https://tekno.kompas.com/read/2016/01/07/13085347/Akhirnya.Masuk.Indonesia.Netflix.Itu.Apa>.
- [5] Christian, R. (2020). *Streaming* Film sebagai Obat Penangkal Rindu Para Pecinta Film – NewsLab UAJY. <http://newsrab.uajy.ac.id/2020/11/17/streaming-film-sebagai-obat-penangkal-rindu-para-pecinta-film/>
- [6] Faisal, M. (2018). Simbiosis Mutualisme antara *Netflix* dan Anak Muda Zaman Now. In Tirto.id. <https://tirto.id/simbiosis-mutualisme-antara-netflix-dan-anak-muda-zaman-now-cMiw>
- [7] Fawzia, U., & Wardhani, B. (2020). The Identification of “The Art of War”
- [8] Military Strategy On *Netflix*’s Business Strategy. *Jurnal Global & Strategis*, 14(1), 143. <https://doi.org/10.20473/jgs.14.1.2020.143-160>
- [9] Fitri, A. (2020). *Netflix*: Indonesia adalah pasar besar *video on demand* (VOD). In Kontan.co.id. <https://industri.kontan.co.id/news/netflix-indonesia-adalah-pasar-besar-video-on-demand-vod>
- [10] Husaini, A. (2020). Kemdikbud kerjasama dengan *Netflix*, Nadiem: Tayang di TVRI untuk program belajar. In 7 Juni. <https://nasional.kontan.co.id/news/kemdikbud-kerjasama-dengan-netflix-nadiem-tayang-di-tvri-untuk-program-belajar>
- [11] Inkaristi, F. (2014). Motivasi Khalayak Menonton Program Acara Taman Gabusan (Studi Deskriptif-Kualitatif Motivasi Warga Bantul Menonton Program Acara Taman Gabusan di TVRI Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6.
- [12] Jordan, R. (2020). Strategi Pengelolaan Facebook ANTVLOVERS Dalam Membangun Audience Engagement. *InterKomunika*, 2. <https://doi.org/10.33376/ik.v1i1>
- [13] Kriyantono, R. (2018). *Teknik Praktis: Riset Komunikasi*. Prenada Media.
- [14] Linardi, L. N. (2015). Kepuasan Masyarakat Surabaya dalam Menonton Tayangan Stasiun Dangdut di JTV. *E-Komunikasi*, 3(1), 1–11.
- [15] Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- [16] Moloeng, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- [17] Moloeng, L. J. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- [18] Muhammadiyah, A. H. (2021). Personalisasi Media *Netflix* Dalam Kehidupan Remaja Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Sosiologi*, 1.
- [19] Nasution, C. (2018). Motif Penggunaan Akun Instagram @lambenyinyir (Studi Deskriptif Kualitatif Motif Penggunaan Akun Instagram @lambenyinyir dalam Pemenuhan Kebutuhan pada Universitas Sumatera Utara). *Komunikasi*, 44–45. <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/6420>
- [20] Nugroho, Y. M. (2017). Analisa Kelayakan Dibuka Akses *Netflix* di Indonesia Ditinjau dari Regulasi Telekomunikasi. *e-Proceeding of Management*, 4(3), 2296. <https://doi.org/10.7868/s0869565217060263>
- [21] Nurjannah, L. (2020). Motif Kepuasan Mengakses Akun Instagram nurussalamkrpyak pada Santri Pondok Pesantren Al Munawwir Komplek Nurusallam. 3.
- [22] Pusparisa, Y. (2020). Pelanggan *Netflix* Naik 15,8 Juta di Tengah Pandemi Covid-19. *databoks.katadata.co.id*.
- [23] Riyanto, R. (2017). Efektivitas Media Internet Terhadap Kepuasan Khalayak Media. *InterKomunika*, 2(1), 61. <https://doi.org/10.33376/ik.v2i1.16>
- [24] Romli, M., & Syamsul, A. (2012). *Jurnalistik Online : Jurnalistik Masa Depan*. Nuansa Cendekia Rosdakarya.
- [25] Saldana, J. (2014). *Qualitative data Analysis, A Methods Sourcebook* (3 ed.). Sage Publications.
- [26] Taufik, & Ayuningtyas, E. A. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis dan Online. *Pengembangan Wiraswasta*, 22(01), 21–32. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33370/jpw.v22i1389>
- [27] Telengkeng, H. (2014). Motif Penonton Perempuan Surabaya dalam Menonton Program Televisi “ On The Spot ” di. *e-Komunikasi*, 3–4.
- [28] Wahanani, H. E., Saputra, W. S. J., & Freitas, E. M. F. (2018). Performance analysis of *video on demand* and *video streaming* on the network MPLS Traffic Engineering. *International Journal of GEOMATE*, 15(50), 141–148. <https://doi.org/10.21660/2018.50.IJCST33>