

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil Perusahaan Vidio

Vidio merupakan nama perusahaan dari aplikasi tontonan *streaming* dengan layanan sistem *video on demand* (VoD) dengan jenis *subscription video on demand* (SVoD) berbasis *customer use* yang didirikan pada 15 Oktober 2014 oleh Adi Sariaatmaja. Vidio pada awalnya dinaungi oleh perusahaan Kreatif Media Karya, dan saat ini telah menjadi milik dari perusahaan PT Surya Citra Media Tbk dan kedua perusahaan tersebut sama-sama merupakan anak perusahaan dari Emtek. Vidio merupakan perusahaan yang memiliki produk dan jasa yaitu konten *streaming* yang ditawarkan melalui aplikasi *smartphone* yaitu Vidio dan *website* resmi mereka yaitu Vidio.com. Berikut ini merupakan gambar logo perusahaan dari Vidio.

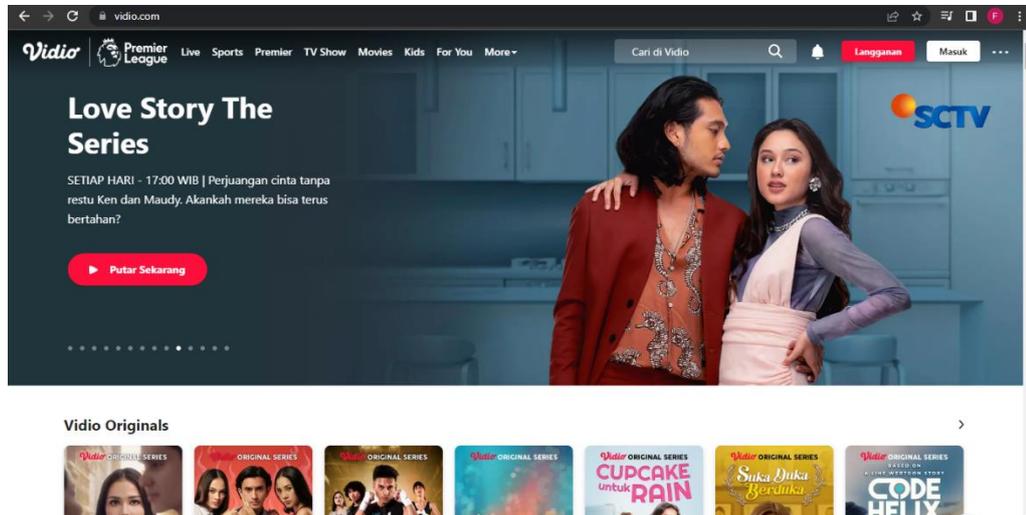


**Gambar 1. 1 Logo Perusahaan Vidio**

*Sumber:* Wikipedia Vidio (2022)

Vidio merupakan bisnis *over-the-top* (OTT) yang menawarkan berbagai jenis konten video yang dapat diakses menggunakan internet. Produk yang mereka tawarkan yaitu berupa konten seperti siaran drama lokal, drama asing, film lokal, film asing, acara ragam televisi lokal, acara ragam televisi asing, siaran langsung acara olahraga seperti voli, sepakbola, bulu tangkis, dan lain sebagainya baik ajang nasional maupun internasional. Vidio menawarkan layanan jasa *streaming* yang dapat diakses melalui platform aplikasi mereka yaitu Vidio melalui *smartphone* yang dapat diunduh secara gratis melalui iOS maupun Android dan juga dapat diakses melalui situs resmi *website*

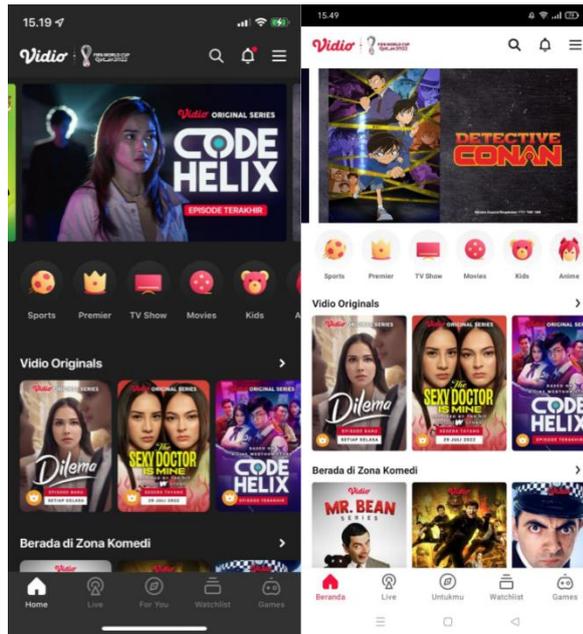
mereka yaitu Vidio.Com yang dapat dicari melalui platform pencarian seperti Google dan lain sebagainya. Berikut ini merupakan gambaran penyajian melalui aplikasi *smartphone* dan situs resmi dari Vidio.



**Gambar 1. 2 Home Page Situs Resmi Vidio.com**

*Sumber:* Dokumen Pribadi (2022)

Gambar 1.2 diatas merupakan tampilan utama (*home page*) dari situs resmi Vidio.com. Pada situs tersebut pengguna dapat memilih konten yang akan ditonton secara acak, dapat melalui rekomendasi oleh Vidio maupun melalui kolom pilihan yang ada pada web. Kolom pilihan yang disajikan melalui situs resmi Vidio.com terdapat konten untuk menonton siaran langsung pada pilihan “*Live*”, jika pengguna ingin menonton konten olahraga seperti sepakbola maka pengguna dapat menekan pilihan “*Sports*”, jika pengguna ingin menonton konten dengan langganan premium atau konten yang hanya dapat ditonton secara premium maka pengguna dapat menekan pilihan “*Premier*”, untuk pengguna yang ingin menonton siaran televisi pengguna dapat menekan pada pilihan “*TV Show*”, jika pengguna ingin menonton film maka pengguna dapat menekan pilihan “*Movie*”, dan terakhir terdapat siaran khusus untuk anak-anak pada pilihan “*Kids*”. Berikutnya terdapat tampilan Vidio melalui aplikasi *smartphone* yang di *download* melalui iOS dan Android.



**Gambar 1. 3 Home Page Aplikasi Smartphone Vidio**

*Sumber:* Dokumen Pribadi (2022)

Pada gambar 1.3 diatas terdapat gambaran halaman utama *home page* dari aplikasi Vidio yang dapat dibuka oleh pengguna iOS dan Android. Tampilan aplikasi Vidio lebih sederhana jika dibandingkan dengan tampilan pada situs resmi melalui web mereka. Dengan tampilan yang sederhana maka pengguna dapat dengan mudah untuk memilih konten yang ingin ditonton. Jika dilihat secara spesifik layanan yang diberikan sama seperti yang ada di situs resmi web Vidio yakni “*Sports*”, “*Premier*”, “*TV Show*”, “*Movies*”, “*Kids*”, “*Live*”, dan rekomendasi pilihan dari Vidio.

Dengan banyaknya pilihan untuk mengakses layanan *video on demand* Vidio para pengguna dapat memilih akan melakukan menonton melalui situs web maupun aplikasi *smartphone* dimanapun dan kapanpun, sehingga pengguna dapat dengan mudah mengakses dan menikmati konten yang ditawarkan oleh Vidio dengan fasilitas dan kualitas yang sama. Selain itu pengguna juga dapat mengakses baik secara gratis maupun membayar tentu saja dengan kualitas konten yang berbeda. Bagi pengguna yang mengakses dengan layanan gratis akan mendapati fasilitas konten dengan kualitas yang biasa dan hanya dapat mengakses konten tertentu. Bagi pengguna yang menggunakan layanan membayar yaitu “*Premier*” pengguna dapat mengakses konten dengan kualitas video yang jernih mencapai HD 1080, dapat menonton konten apapun termasuk konten “*live streaming*”.

Tabel 1. 1 Jenis Paket Berlangganan Vidio

<b>Jenis Paket Berlangganan</b> “Premier”	<b>Harga Paket Berlangganan</b>
Platinum	30 Hari Berlangganan (Rp.29.000)
	1 Tahun Berlangganan (Rp.199.000)
Diamond (EPL)	30 Hari Berlangganan (Rp.79.000)
	1 Tahun Berlangganan (Rp.569.000)
	1 Tahun Berlangganan “Mobile Only” (Rp.429.000)
	30 Hari Berlangganan “Mobile Only” (Rp.59.000)
Platinum + F1	30 Hari Berlangganan (Rp.49.000)
Gold	30 Hari Berlangganan (Rp.29.000)

Sumber: Vidio (2022)

Tabel 1.1 diatas merupakan jenis paket berlangganan pada akun Premier yang ditawarkan oleh Vidio. Pengguna dapat memilih paket berlangganan sesuai dengan

kebutuhan mereka dan keunggulan pada layanan Premier pada tiap jenis pakatnya memiliki keunggulan dan ketentuan yang berbeda. Harga berlangganan yang paling murah terdapat pada jenis paket Gold dan Platinum dengan 30 hari berlangganan senilai Rp.29.000. Sedangkan harga yang paling mahal terdapat pada jenis paket Diamond (EPL) dengan 30 Hari Berlangganan senilai Rp.79.000.

### **1.1.2 Visi dan Misi Vidio Dot Com**

#### a. Visi

Menjadi penyedia hiburan dan informasi terdepan bagi bangsa Indonesia (Surya Citra Media, 2016).

#### b. Misi

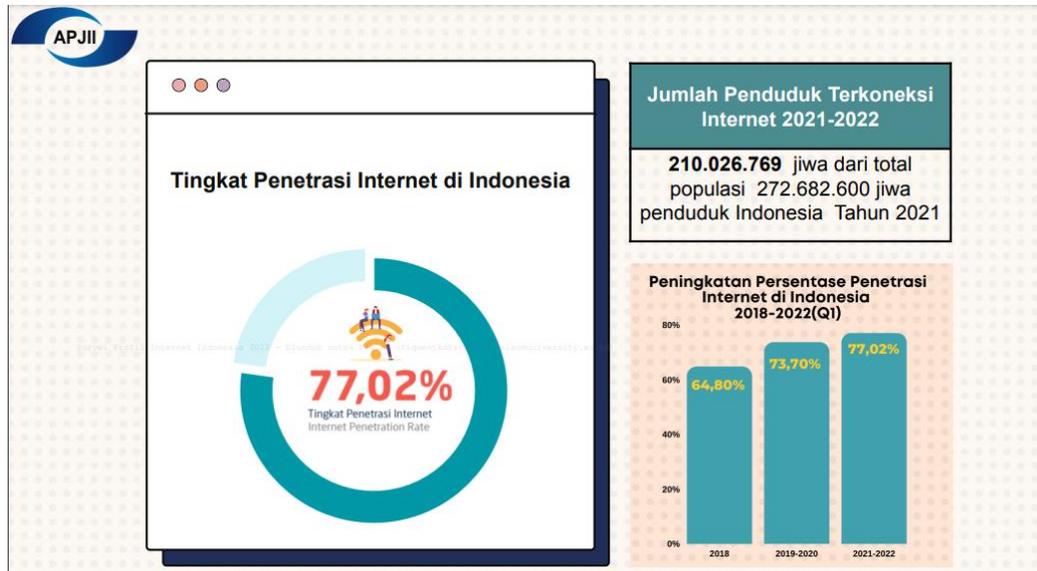
Vidio berupaya untuk menjadi pilihan pertama dalam penyedia konten berkualitas, untuk menghibur, mendidik dan memberi informasi bagi bangsa Indonesia. Vidio akan menjadi pilihan pertama melalui pengadaan konten yang menarik, penyediaan layanan yang unggul dan pengembangan berkelanjutan dari sumber daya manusia Vidio. Melalui pencapaian ini Vidio akan menciptakan sebuah usaha yang menguntungkan yang berkelanjutan bagi para pemangku kepentingan dari Vidio (Surya Citra Media, 2016).

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Penggunaan aplikasi *video streaming* dengan layanan sistem *video on demand* (VoD) di Indonesia saat ini menjadi *trend* bisnis dalam industri digital dan teknologi. Aplikasi *video streaming* dengan layanan sistem VoD jenis *subscription video on demand* (SVoD) saat ini memang memiliki potensial yang baik (Rizaldy, 2020). Penggunaan aplikasi *video streaming* itu juga didukung dengan adanya fitur-fitur lain yang dapat mempermudah selama menggunakan aplikasi yang mempunyai layanan sistem *video on demand* (VoD). Faktor terbesar tersebut juga didorong dengan adanya perkembangan penggunaan internet dan kualitas dari internet yang semakin canggih dari tahun ke tahun sehingga mempermudah pengguna internet dalam mengakses banyak hal seperti aplikasi *video streaming* dengan layanan sistem VoD tersebut (Hadian, 2020).

Internet merupakan jaringan dari milyaran komputer dan perangkat elektronik lainnya diseluruh dunia yang saling terhubung. Penggunaan internet ini dapat dilakukan oleh seluruh masyarakat yang telah memiliki fasilitas untuk mengakses

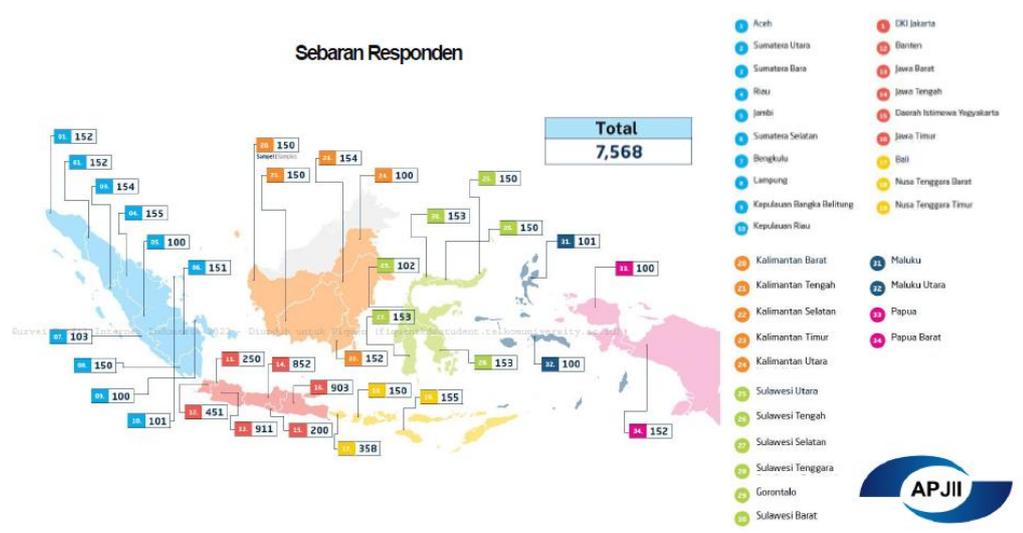
internet tersebut. Berikut ini merupakan data penggunaan internet di Indonesia berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet di Indonesia pada tahun 2022.



**Gambar 1. 4 Data Pengguna Internet di Indonesia**

*Sumber:* Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2022)

Berdasarkan dengan gambar 1.4 diatas yakni merupakan data penggunaan internet di Indonesia pada tahun 2018 hingga tahun 2022 menunjukkan angka yang meningkat, dari 64.80% ditahun 2018, meningkat di angka 73.70% ditahun 2019 hingga 2020, dan ditahun 2021 hingga 2022 meningkat menjadi 77.02% (APJII, 2022). Data penggunaan internet di Indonesia tersebut didapatkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melalui penyebaran kuisisioner diberbagai wilayah yang ada di Indonesia. Terdapat data penyebaran kuisisioner yang dilakukan oleh APJII sebagai pendukung hasil data yang didapatkan pada gambar 1.4, pengambilan data tersebut dilaksanakan pada Januari 2022 sampai dengan Februari 2022.

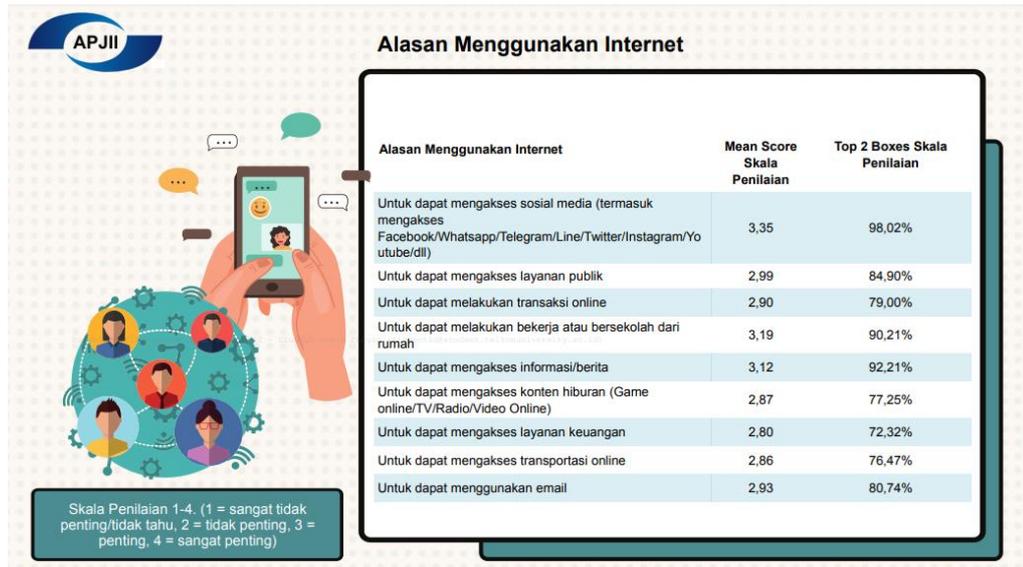


**Gambar 1. 5 Data Kuesioner Pengguna Internet di Indonesia**

*Sumber:* Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2022)

Pada gambar 1.5 diatas merupakan penyebaran kuesioner oleh APJII di berbagai wilayah yang ada di Indonesia. Responden yang didapatkan oleh APJII mencapai 7.568 responden di tahun 2022. Data tersebut digunakan oleh APJII sebagai perhitungan pertumbuhan angka pengguna internet dan penggunaan akses internet tersebut oleh para pengguna internet di Indonesia (APJII, 2022). Berdasarkan dengan hasil penelitian penggunaan internet di Indonesia pada tahun 2022 yang dilaksanakan oleh APJII angka pengguna internet terbesar yakni terdapat pada wilayah provinsi Jawa Barat yang mencapai 911 resonden. Maka dalam penelitian ini peneliti memilih pengguna layanan *subscribe video on demand* pada Vidio di wilayah provinsi Jawa Barat.

Faktor lain meningkatnya penggunaan Internet di Indonesia karena adanya penggunaan pada sosial media, *platform* media digital, dan aktifitas lain seperti pencarian informasi maupun berbisnis melalui *platform* digital seperti penggunaan *e-commerce*, dan aplikasi *streaming video*. Berikut ini merupakan data penggunaan layanan jaringan internet yang digunakan untuk aktivitas para pengguna layanan internet tersebut berdasarkan survei yang dilakukan oleh APJII (2022).



**Gambar 1. 6 Data Penggunaan Layanan Internet di Indonesia**

*Sumber:* Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2022)

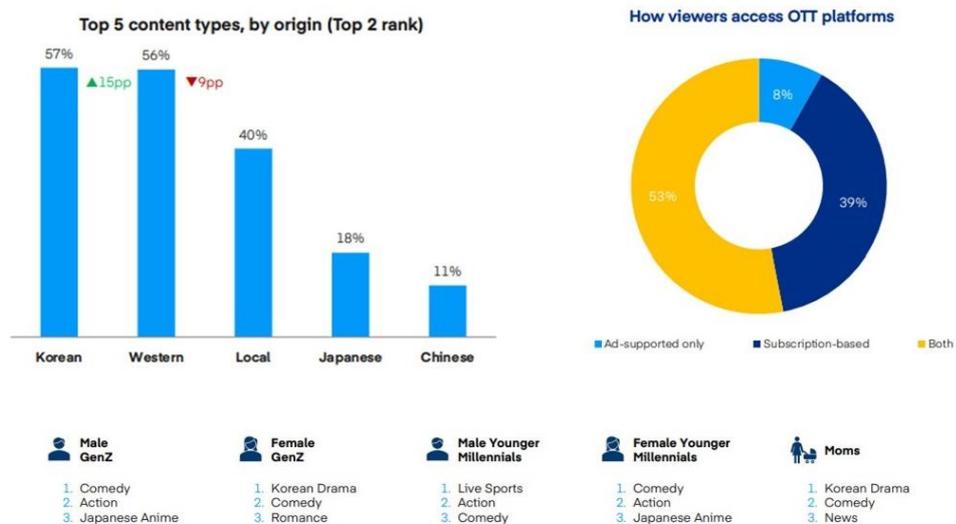
Pada gambar 1.6 terdapat data yang menyajikan pemanfaatan penggunaan internet oleh pengguna layanan internet di Indonesia berdasarkan dengan survei yang dilaksanakan oleh APJII di tahun 2022. Pengguna internet di Indonesia memanfaatkan layanan internet yang digunakan untuk 98.02% mengakses sosial media, 84.90% mengakses layanan publik, 79.00% melakukan transaksi *online*, 90.21% untuk kegiatan pekerjaan dan bersekolah dari rumah, 92.21% untuk mengikuti informasi dan perkembangan berita terkini, dan 77.25% digunakan untuk melakukan aktivitas hiburan seperti menonton *video*, film, drama, dan acara ragam televisi secara daring atau *streaming* melalui *platform* media digital. Dan selanjutnya digunakan untuk aktivitas lain seperti layanan transportasi *online*, layanan keuangan, dan menggunakan e-mail (APJII, 2022).

Melalui penjelasan tersebut terdapat 77.25% penggunaan layanan internet digunakan untuk menonton video, drama, dan film. Aktivitas tersebut dilakukan melalui *platform* digital aplikasi *streaming* yang menggunakan layanan sistem *video on demand* (VoD). Sistem *video on demand* (VoD) digunakan untuk memilih dan menyaksikan video yang akan diakses atau dipilih dalam jaringan sebagai bagian dari sistem interaktif. VoD dapat memanfaatkan proses *streaming*, *download*, atau *progressive downloading*.

Platform sirkulasi dengan beragam model bisnis berbasis *video on demand* (VoD) di Indonesia telah hadir menggantikan penjualan dan persewaan DVD yang berbentuk fisik maupun siaran televisi konvensional (Gasella, 2020). Berikut ini merupakan beberapa aplikasi yang menggunakan sistem VoD yang telah dilegalkan di Indonesia yaitu Netflix, Vidio, Iflix, GoPlay, CatchPlay, Viu, Disney+ Hotstar HBO Go, Genflix, Prime Video, WeTV, dan iQiyi.

Sistem VoD ini didorong dengan adanya aplikasi yang berfungsi sebagai wadah untuk mengakses video yang dipilih untuk di tonton. Menurut Hakim S (2018), Aplikasi adalah perangkat lunak yang digunakan untuk tujuan tertentu seperti mengolah dokumen, mengatur windows, Permainan *games*, dan lain sebagainya. Dengan adanya aplikasi ini pengguna akan lebih mudah untuk memilih konten yang disukai yang disajikan oleh perusahaan dari aplikasi tersebut. Dan dalam aplikasi akan terdapat fitur yang dapat mendukung beroperasinya pemutaran *video* atau memilih konten yang akan ditonton.

Perusahaan yang menciptakan aplikasi dengan sistem VoD ini bergerak pada bisnis bidang media *over-the-top* (OTT). OTT merupakan layanan media yang ditawarkan langsung kepada penonton melalui internet. Bisnis OTT di Indonesia telah berkembang dan menjadi bisnis yang *trend*. Berikut ini merupakan data penggunaan layanan *video on demand* di Indonesia menurut Eka (2022).

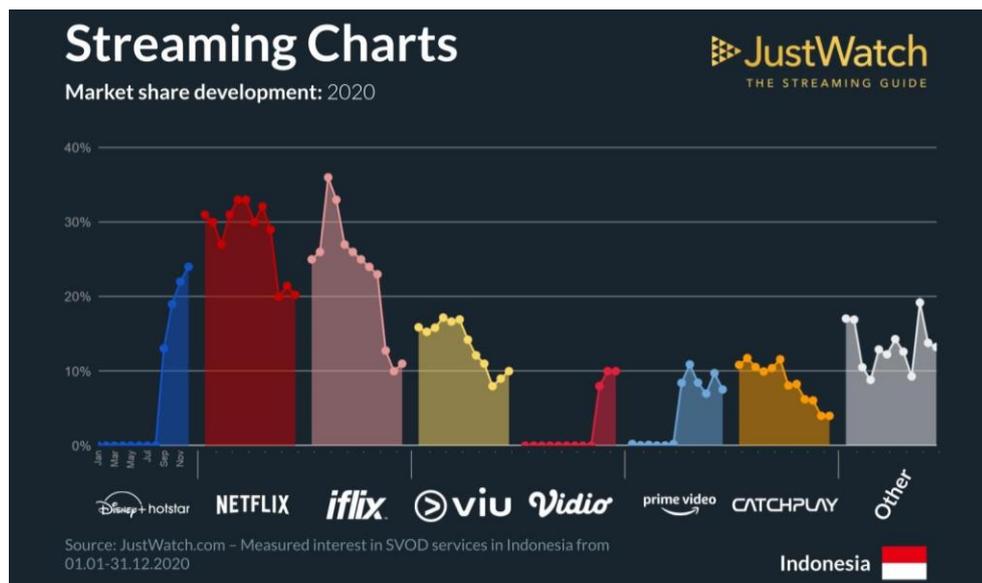


**Gambar 1. 7 Data Penggunaan Layanan VoD di Indonesia**

*Sumber:* Eka (2022)

Berdasarkan gambar 1.7 merupakan data survei penggunaan aplikasi dengan sistem VoD oleh konsumen bisnis OTT di Indonesia di tahun 2022. Konsumen di Indonesia dengan persentase 57% mengakses layanan VoD untuk menonton konten korea, 56% digunakan untuk menonton konten western, 40% digunakan untuk menonton konten lokal, 18% digunakan untuk menonton konten jepang, dan 11% digunakan untuk menonton konten China. Selain itu terdapat 53% yang menggunakan layanan VoD dengan akses gratis dengan iklan, 39% menggunakan layanan VoD dengan berlangganan agar bebas iklan, dan 8% menggunakan layanan VoD secara gratis maupun berlangganan SVoD (Eka, 2022).

Aplikasi *streaming* dengan model bisnis VoD mengalami perkembangan dan peningkatan khususnya di Indonesia, masyarakat cenderung lebih menikmati untuk menonton aplikasi dengan sistem VoD dibandingkan datang dan menonton langsung di bioskop. Berikut ini terdapat data berdasarkan dengan popularitas aplikasi streaming dengan layanan berbasis VoD di Indonesia menurut survei yang dilakukan oleh media informasi penyaring data penggunaan layanan di Indonesia yaitu Justwatch *streaming charts* tahun 2020 (Q4), tahun 2021(Q4), dan tahun 2022 (Q1). Pada data penggunaan layanan streaming VoD ini peneliti menggunakan tiga *charts* sebagai pembanding kepopuleran layanan VoD dari tahun 2020 sampai tahun 2022 terutama terhadap kepopuleran aplikasi Vidio.



**Gambar 1. 8 Streaming Charts SVoD di Indonesia**

*Sumber:* Justwatch (2020)

Gambar 1.8 diatas merupakan data *streaming charts* layanan *video on demand* dengan jenis *subscription video on demand* (SVoD) di Indonesia tahun 2020. Berdasarkan dengan tingkat popular layanan SVoD di Indonesia ditahun 2020 Diney+ Hotstar menduduki urutan ke satu sebagai layanan VoD yang populer di Indonesia tahun 2020, dilanjutkan dengan layanan SVoD Netflix yang menduduki urutan ke dua, selanjutnya terdapat Iflix sebagai layanan SVoD yang populer di Indonesia diurutan ke tiga, di urutan ke empat terdapat layanan SVoD Viu, dan pada urutan ke lima terdapat layanan SVoD Vidio. Pada urutan ke enam dan ke tujuh terdapat layanan SVoD Prime Video dan SVoD Catch Play.

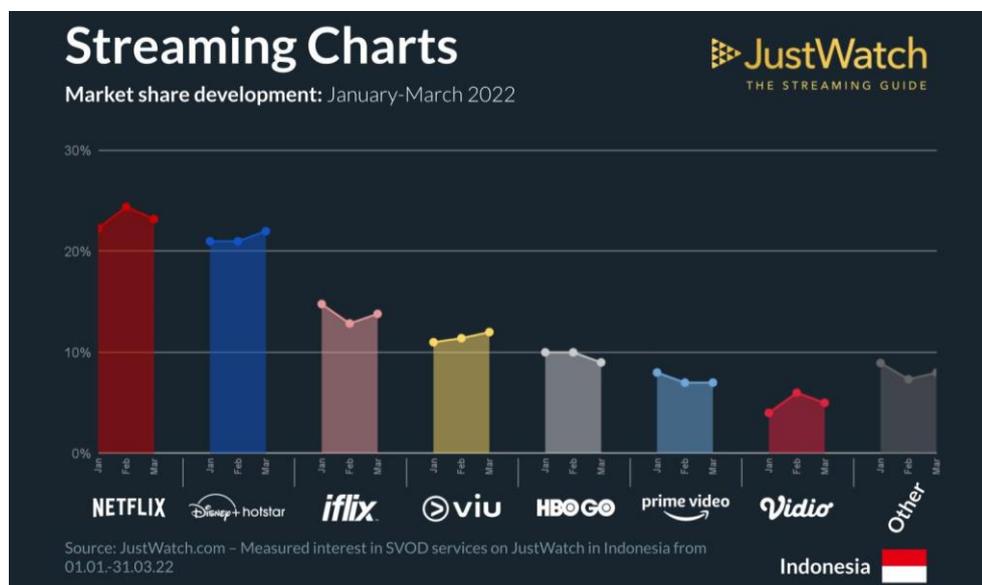
Melalui data *streaming charts* tahun 2020 berdasarkan survei dari Justwatch aplikasi layanan *subscription video on demand* (SVoD) Vidio berada dalam urutan ke lima dengan persentase 10%, berdasarkan dengan *charts* tersebut aplikasi Vidio merupakan satu-satunya produk lokal atau dalam negeri diantara tujuh layanan SVoD populer lainnya yang merupakan produk asing atau luar negeri. Namun ditahun 2021 layanan SVoD Vidio mengalami penurunan dan menduduki urutan ke tujuh, hal ini berlanjut hingga tahun 2022. Berikut ini data *streaming charts* ditahun 2021 dan 2022 yang diambil dari Justwatch *streaming charts* di Indonesia.



**Gambar 1. 9 Streaming Charts SVoD di Indonesia**

*Sumber:* Justwacth (2021)

Gambar 1.9 menunjukkan peringkat layanan SVoD Vidio yang menurun dari urutan ke lima menjadi urutan ke tujuh dengan persentase 5% pada bulan Desember 2021 dan layanan SVoD Netflix menduduki peringkat pertama dengan persentase 23% mengambil alih peringkat Disney+ Hotstar ditahun 2020 (Justwacth, 2021). Selanjutnya peneliti menambahkan *charts* tahun 2022 dan mendapatkan hasil peringkat layanan SVoD Vidio yang masih berada di peringkat ke tujuh dengan persentase 5%. Berikut merupakan *streaming charts* layanan SVoD di tahun 2022 menurut data Justwatch yang diambil dalam (Q1) yakni pada bulan Januari sampai dengan Maret 2022.



**Gambar 1. 10 Streaming Charts SVoD di Indonesia**

*Sumber:* Justwacth (2022)

Berdasarkan gambar 1.10 aplikasi dengan layanan SVoD Vidio di tahun 2022 masih berada di peringkat ke tujuh hingga bulan Maret 2022 dengan persentase yang masih sama yakni 5%. Maka berdasarkan dengan *charts* pada gambar 1.8, gambar 1.9, dan gambar 1.10 yang menunjukan peringkat layanan SVoD Vidio telah mengalami penurunan, peneliti tertarik untuk menjadikan fokus pada penelitian kali ini.

Vidio merupakan aplikasi dengan sistem SVoD di Indonesia yang merupakan karya anak bangsa atau perusahaan lokal, Vidio menawarkan berbagai konten seperti drama lokal dan drama asing, film lokal dan film asing, acara ragam televesi komersial lokal dan asing, serta layanan *live streaming* pertandingan olahraga seperti sepakbola

yang cenderung disukai oleh konsumen dengan *Gender* pria. Selain itu Vidio juga menawarkan berlangganan aplikasi secara gratis maupun berbayar pada layanan Premier. Berdasarkan dengan rating kepopuleran layanan SVoD pada gambar 1.8, gambar 1.9, dan gambar 1.10 diatas, peneliti melakukan perbandingan fitur yang diberikan oleh Vidio dengan perusahaan Netflix, Disney+ Hotstar, Iflix, HBO GO, Prime Video, Catch Play, dan Viu.

Tabel 1. 2 Perbandingan Fitur VOD Vidio Dengan Fitur VOD Lain

No	Vidio	Netflix, Disney+ Hotstar, Iflix, HBO GO, Prime Video, Catch Play, dan Viu
1.	Aplikasi Vidio menyediakan layanan tayangkan secara langsung untuk acara olahraga dan siaran televisi dalam negeri dan luar negeri (Ware, 2022).	Tidak ada fitur layanan pemutaran siaran langsung, hanya menayangkan konten serial drama, dan film saja (Netflix, Disney+ Hotstar, Iflix, HBO GO, Catch Play, dan Viu), untuk Prime Video memiliki fitur penayan acara olahraga.
2.	Kualitas gambar untuk penayangan video memiliki resolusi hingga HD 1080, dimana resolusi tersebut mencapai resolusi yang jernih (Ware, 2022).	Memiliki kualitas resolusi video yang sama dengan Vidio Dot Com yakni mencapai HD 1080.
3.	Aplikasi Vidio memiliki fitur untuk merekam video yang sedang diputar dan pengambilan gambar pada layar ( <i>screenshot</i> ) (Ware, 2022).	Tidak dapat merekam konten, dan untuk layanan VoD Netflix dan Disney+ Hotstar tidak dapat mengambil tangkapan layar gambar ( <i>screenshot</i> )
4.	Fitur <i>video on demand</i> (Ware, 2022).	Fitur <i>video on demand</i>

No	Vidio	Netflix, Disney+ Hotstar, Iflix, HBO GO, Prime Video, Catch Play, dan Viu
5.	Aplikasi Vidio menggunakan server koneksi cepat sehingga meminimalisirkan adanya <i>buffering</i> dan <i>loading</i> yang lama (Ware, 2022).	Resolusi video akan diputar secara otomatis berdasarkan dengan koneksi jaringan internet yang digunakan oleh pengguna.
6.	Aplikasi Vidio adalah aplikasi pemutar siaran langsung laga sepak bola yang selalu update dan menyajikan siaran ulang yang terjadwal. Selain itu pada siaran langsung tersebut pengguna dapat melakukan <i>live chat</i> pada video yang ditampilkan sehingga dapat memberikan komentar secara langsung bersamaan saat mengikuti siaran tersebut. (Ware, 2022)	Dikarenakan tidak memiliki fitur siaran langsung konten olahraga maupun siaran televisi maka tidak ada fitur <i>live chat</i> saat penayangan video sedang diputar.
7	Memiliki pilihan koleksi serial drama dan film yang lengkap baik karya dalam negeri maupun luar negeri (Bahri, 2022)	Memiliki pilihan koleksi serial drama dan film yang lengkap baik karya dalam negeri maupun luar negeri.
8.	Mempunyai serial drama dan film original yang diproduksi oleh Vidio sendiri (Bahri, 2022)	Mempunyai serial drama dan film original yang diproduksi sendiri oleh perusahaan (Netflix, Disney+ Hotstar, Iflix, HBO GO, Prime Video, Catch Play, dan Viu)
9.	Terdapat konten yang bebas biaya atau gratis selama menonton	Harus melakukan langganan berbayar terlebih dahulu untuk Netflix,

No	Vidio	Netflix, Disney+ Hotstar, Iflix, HBO GO, Prime Video, Catch Play, dan Viu
	konten tersebut dan bebas iklan. Namun memiliki resolusi video yang rendah selama pemutaran. (Bahri, 2022)	Disney+ Hotstar, Iflix, HBO GO, dan Prime Video. Dan untuk Viu dapat menonton secara gratis namun akan terdapat tayangan iklan.
10.	Menyediakan fitur pemutaran konten khusus untuk anak-anak (Vidio, 2022)	Menyediakan fitur pemutaran konten khusus untuk anak-anak pada layanan VoD Netflix, Disney+ Hotstar. Sedangkan pada layanan Iflix, Viu, HBO GO, dan Prime Video belum terdapat fitur penyajian konten khusus anak-anak.

Sumber: Ware (2022), Bahri (2022), dan Vidio (2022)

Pada tabel 1.1 diatas terdapat penyajian data mengenai perbandingan fitur yang diberikan oleh Vidio dengan perusahaan lainya yakni Netflix, Disney+ Hotstar, Iflix, HBO GO, Prime Video, Catch Play, dan Viu. Berdasarkan dengan data pada tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa Vidio memiliki keunggulan fitur yaitu:

- a. Terdapat fitur penyanggahan siaran langsung pada acara olahraga dalam negeri dan luar negeri, dan siaran langsung pada acara televisi dalam negeri dan luar negeri. Pada tabel 1.1 kolom nomor 1,
- b. Adanya fitur merekam layar selama pemutaran video dan pengambilan gambar (*screenshot*). Pada tabel 1.1 kolom nomor 3,
- c. Memiliki server dengan koneksi yang cepat sehingga meminimalisirkan terjadinya *buffering* dan *loading*. Pada tabel 1.1 kolom nomor 5,
- d. Terdapat fitur "*live chat*" saat sedang melakukan streaming video siaran langsung. Pada tabel 1.1 kolom nomor 6,
- e. Memiliki konten yang dapat diputar tanpa harus melakukan langganan berbayar serta bebas dari iklan. Pada tabel 1.1 kolom nomor 9.

Berdasarkan dengan keterangan mengenai keunggulan yang dimiliki oleh Vidio, Vidio unggul pada fitur siaran langsung (*live streaming*) terutama pada acara olahraga seperti sepak bola dan bulu tangkis yang cenderung memiliki banyak penggemarnya khususnya di Indonesia. Berdasarkan dengan keunggulan fitur siaran langsung yang ditawarkan oleh Vidio berikut ini merupakan testimoni serta rujukan rekomendasi pada penggunaan fitur “*live streaming*” aplikasi Vidio oleh konsumen saat menggunakan fitur siaran langsung (*live streaming*) menggunakan aplikasi Vidio.

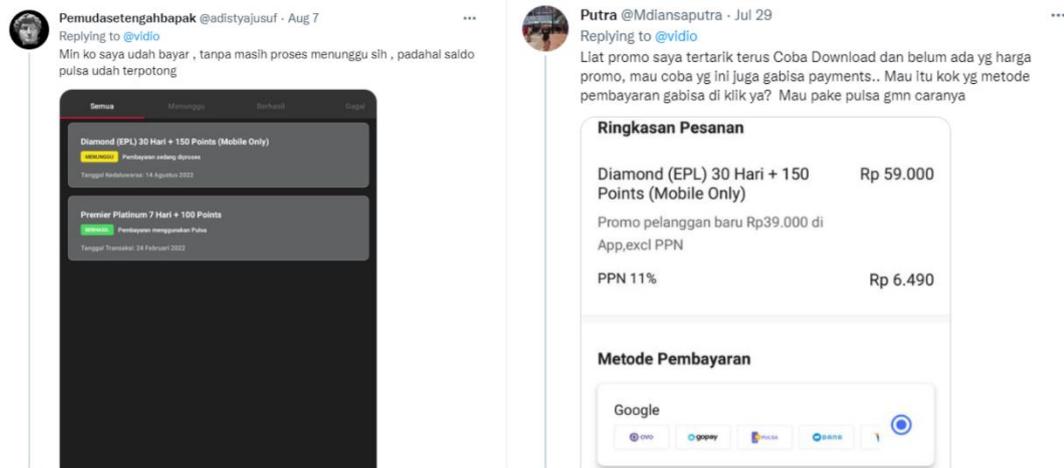


**Gambar 1. 11 Testimoni dan Rekomendasi Pengguna Aplikasi Vidio**

*Sumber: Twitter Vidio Dot Com (2022)*

Gambar 1.11 diatas merupakan testimoni dan rujukan yang dilakukan konsumen pada penggunaan layanan *subscription video on demand* (SVoD) Vidio melalui platform sosial media Twitter. Pengguna Vidio menunjukkan penggunaan dan merekomendasikan aplikasi Vidio untuk menggunakan fitur siaran langsung (*live streaming*) saat menonton acara olahraga dan konser secara *online* melalui aplikasi Vidio.

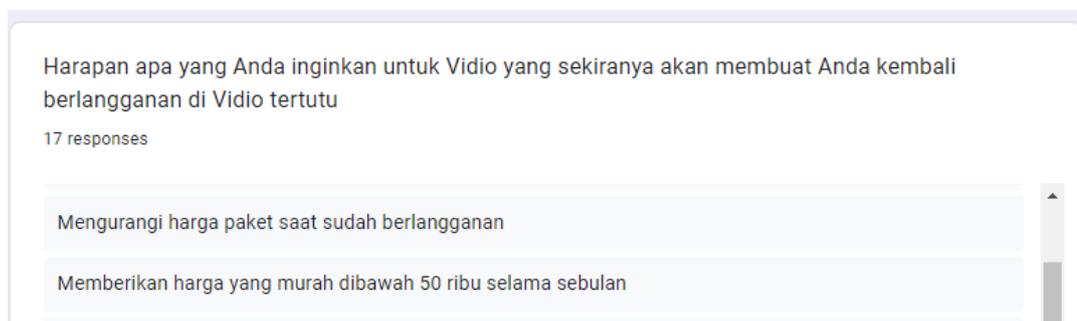
Sayangnya, masih terdapat beberapa masalah dalam penggunaan Vidio ini. Pertama, sulitnya proses pembayaran baik melalui media pulsa, media *e-commerce*, maupun media pembayaran yang disediakan oleh Vidio. Selain itu juga beberapa konsumen merasa proses perpindahan jenis paket Premier sulit dan sering terjadi eror. Keluhan konsumen terkait proses berlangganan tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.12.



**Gambar 1. 12 Keluhan Pengguna Vidio Terhadap Proses Berlangganan**

*Sumber: Twitter (Vidio Dot Com, 2022)*

Gambar 1.12 merupakan bentuk keluhan pengguna Vidio yang mengalami kesulitan dalam proses berlangganan layanan premier pada paket Diamond yang ditawarkan oleh Vidio. Pengguna mengalami kesulitan karena terjadinya eror saat akan melakukan tahap pembayaran. Selain keluhan pada proses berlangganan terdapat konsumen yang mengeluhkan terhadap penawaran harga pada layanan Premier yang ditawarkan oleh Vidio.

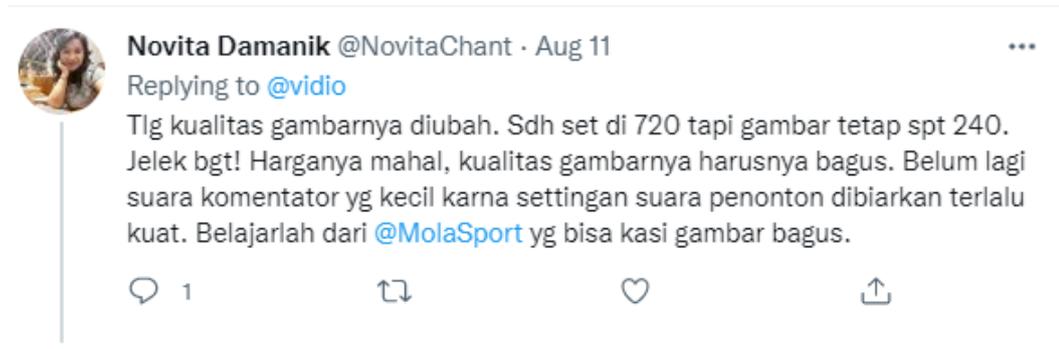


**Gambar 1. 13 Keluhan Pengguna Vidio Terhadap Harga Paket Premier**

*Sumber: Pra-Kuesioner Peneliti Melalui Google Form (2022)*

Berdasarkan dengan gambar 1.13 terdapat harapan yang diinginkan oleh konsumen Vidio agar dapat mempertimbangkan harga berlangganan pada paket Premier yang di tawarkan oleh Vidio. Keluhan tersebut diambil oleh peneliti dari data responden yang telah menggunakan aplikasi Vidio melalui kuesioner yang disebar,

konsumen Vidio merasa harga yang diberikan oleh Vidio terlalu mahal dan berharap agar Vidio dapat memberikan harga paket yang lebih terjangkau sesuai dengan kualitas dan fasilitas yang ditawarkan. Masalah selanjutnya yang kerap dialami konsumen yakni terkait sinyal atau jaringan selama menonton konten yang ada di Vidio.



**Gambar 1. 14 Keluhan Pengguna Vidio Terhadap Kualitas Layanan Vidio**

*Sumber:* Sosial Media Twitter (Vidio, 2022)

Gambar 1.13 merupakan keluhan konsumen yang mengalami kendala pada kualitas gambar pada konten di aplikasi Vidio. Kualitas gambar yang diberikan tidak dapat mencapai pada resolusi yang maksimal dan gangguan pada audio sehingga konsumen merasa kurang puas akan pelayanan yang diberikan oleh Vidio. Keluhan tersebut dituliskan oleh konsumen pengguna Vidio melalui *section* komentar pada sosial media resmi milik Vidio yang ada di Twitter.

Untuk mendapatkan informasi terkini terkait pandangan masyarakat Indonesia mengenai Vidio, peneliti menyebarkan kuesioner kepada 30 responden yang terdiri dari 53,3% perempuan dan 46,7% laki-laki. Dari 30 responden tersebut 13 orang diantaranya masih berlangganan layanan Premier Vidio, 10 lainnya sudah tidak lagi berlangganan, dan 7 orang tidak pernah berlangganan.

Dari 13 orang responden yang masih berlangganan sebanyak 53,8% (7 orang) sudah berlangganan selama 1-6 bulan, 30,8% (4 orang) selama lebih dari 6 bulan, dan sisanya yakni 15,4% (2 orang) kurang dari 30 hari. Mayoritas pelanggan Vidio ini memilih untuk berlangganan Vidio karena kontennya yang menarik (8 orang), disusul dengan alasan konten yang bermanfaat (6 orang), harga dan kualitas sepadan (5 orang), harga paket yang terjangkau (4 orang), cara pengoperasian yang mudah (4 orang), dan terakhir cara berlangganan yang mudah (2 orang). Dari segi konten, tiga mayoritas

yang paling sering di tonton adalah live streaming olahraga (8 orang), serial/film Indonesia (7 orang), dan serial/film Hollywood (7 orang), sedangkan untuk alasan lainnya mendapatkan proporsi yang sangat kecil (untuk menonton serial/film Thailand 3 orang, serial/film Bollywood 1 orang, serial/film China 1 orang). Ke-13 responden ini masih memiliki beberapa harapan untuk Vidio antara lain:

- a. Vidio dapat mempertimbangkan kualitas jaringan saat sedang melakukan siaran langsung agar mengurangi adanya terjadi *loading* yang lama sehingga pengguna dapat menikmati siaran langsung hingga selesai,
- b. Vidio dapat memberikan konten yang lebih menarik, *up-to-date*, dan menampilkan konten yang lebih bervariasi.

Untuk 17 responden yang tidak pernah berlangganan maupun yang sudah tidak berlangganan Vidio beranggapan bahwa harga berlangganan yang mahal (8 orang), konten Vidio tidak menarik (4 orang), harga dan kualitas video yang tidak sepadan (3 orang), maupun karena memang jarang menggunakan aplikasi tersebut atau konten yang diinginkan sudah selesai ditonton (6 orang). Ke-17 responden ini memiliki beberapa harapan untuk Vidio antara lain:

- a. Vidio dapat mempertimbangkan harga paket premium yang ditawarkan dengan harga yang lebih murah atau terjangkau,
- b. Menampilkan konten yang lebih bervariasi dan kekinian agar dapat mengembalikan minat untuk berlangganan,
- c. Memperbaiki kualitas jaringan agar tidak terjadi gangguan selama acara sedang berlangsung,
- d. Mempermudah proses berlangganan terutama pada tahap pembayaran.

Berdasarkan dengan hasil kuesioner, testimonial, dan keluhan pengguna Vidio melalui media sosial Twitter, peneliti menghubungkan dengan variabel penelitian yang digunakan oleh peneliti sebagai fokus penelitian ini.

Tabel 1. 3 Hubungan Permasalahan Pada Vidio Dengan Variabel Penelitian

Variabel	Kesimpulan
<i>Perfomance</i> <i>Epectancy</i>	Bagi pengguna yang telah melakukan berlangganan pada aplikasi Vidio, Vidio memberikan manfaat untuk

Variabel	Kesimpulan
	penggunanya terhadap konten yang ditawarkan, dan fitur yang ditawarkan.
<i>Effort Expectancy</i>	Terdapat konsumen yang merasa mudah dalam menggunakan aplikasi Vidio, ada juga yang mengalami kesulitan dalam mengakses aplikasi Vidio terutama terhadap proses berlangganan, dan kualitas jaringan saat konten sedang ditayangkan
<i>Social Influence</i>	Pengguna aplikasi Vidio terpengaruh oleh promo yang ditawarkan oleh Vidio, dan mendapatkan rekomendasi baik dari sosial media, atau lingkungan sekitar.
<i>Facilitating Condition</i>	Pengguna Vidio sering mengalami kesulitan pada proses berlangganan, saat melakukan berlangganan pengguna sudah melakukan berbagai tahapan sesuai dengan intruksi (pada tahap pembayaran, dan perpindahan paket).
<i>Hedonic Motivation</i>	Menggunakan layanan Vidio dapat membuat pengguna merasa nyaman ada juga yang merasa kurang nyaman saat mengalami kesulitan atau kendala.
<i>Price Value</i>	Harga yang diberikan oleh Vidio terbilang cukup mahal jika dibandingkan dengan kualitas konten yang ditawarkan sehingga banyak pengguna yang tertarik berlangganan saat adanya promo.
<i>Habit</i>	Banyaknya pengguna yang masih mempertimbangkan untuk hanya menggunakan aplikasi Vidio, pengguna cenderung beralih ke layanan VoD lain saat konten yang diinginkan tidak tersedia di aplikasi Vidio.
<i>Content</i>	Konten yang ditawarkan oleh Vidio kurang bervariasi dan <i>up- to-date</i> , selain itu pengguna cenderung menikmati konten

Variabel	Kesimpulan
	siaran langsung dibandingkan dengan konten serial atau film yang ada di aplikasi Vidio.
<i>Behavioural Intention</i>	Terdapat pengguna yang memilih untuk berlangganan dalam jangka panjang, ada juga pengguna yang memilih untuk berhenti berlangganan karena merasa kurang puas.

*Sumber:* Olahan Peneliti (2022)

Tabel 1.3 diatas merupakan kesimpulan permasalahan Vidio yang diambil berdasarkan dengan testimonial pengguna Vidio pada gambar 1.11, keluhan dan kendala yang dialami oleh pengguna Vidio berdasarkan dengan gambar 1.12, gambar 1.13, dan gambar 1.14 yang selanjutnya dihubungkan dengan variabel penelitian yang digunakan oleh peneliti pada penelitian kali ini. variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdapat sembilan variabel yaitu *Perfomance Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, *Habit*, dan *Behavioural Intention*, delapan variabel tersebut merupakan variabel yang diambil dari model penelitian UTAUT2. UTAUT2 merupakan model penelitian yang dikembangkan oleh Venkesh dkk, (2012) dari hasil model UTAUT yang pertama. Pada penggunaan variabel model penelitian UTAUT2 tersebut peneliti menambahkan variabel yang diluar model penelitian UTAUT2 yaitu variabel *Content* yang merupakan variabel modifikasi oleh Yusuf (2019). Menurut Yusuf (2019) variabel *Content* merupakan variabel yang penting dalam penelitian layanan *video on demand*, karena layanan *video on demand* merupakan layanan yang menjual jasa konten secara *over-the-top*, sehingga konten merupakan produk utama dalam penjualan pada layanan *video on demand* tersebut.

Dalam Penelitian ini peneliti menggunakan metodologi penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik statistika multivariat *Partial Least Square (PLS)*. Dalam Abdillah dan Jogiyanto (2015) analisis menggunakan *Partial Least Square (PLS)* digunakan agar dapat membandingkan terhadap variabel dependen berganda dan variabel independen berganda. Dalam penelitian ini terdapat banyak interaksi antar variabel sehingga peneliti menggunakan PLS sebagai metode untuk analisis data.

Maka berdasarkan dengan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk menganalisis mengenai faktor penentu konsumen dalam berlangganan layanan *video on demand* Vidio dengan mengadakan penelitian yang berjudul “**Analisis Faktor Penentu Konsumen Dalam Berlangganan Layanan Premier Pada Vidio Di Provinsi Jawa Barat**”. Diambilnya judul tersebut dikarenakan peneliti ingin mengetahui lebih dalam mengenai faktor apa saja yang mendorong pengguna layanan Premier Vidio dalam memutuskan untuk berlangganan layanan Premier Vidio khususnya di wilayah Provinsi Jawa Barat yang memiliki pengguna Internet terbesar di Indonesia. Dan apakah nantinya hasil dari penelitian sesuai dengan adanya keluhan konsumen lain yang ada pada bagian latar belakang yang tertulis.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dengan latar belakang pada subab 1.2 yang telah ditulis maka berikut ini merupakan beberapa rumusan masalah yang dapat digunakan oleh penulis sebagai penelitian:

1. Apa saja faktor penentu konsumen dalam mengambil keputusan untuk menggunakan layanan Premier pada Vidio berdasarkan variabel yang digunakan dalam penelitian?
2. Bagaimana konsumen menentukan dalam mengambil keputusan untuk berlangganan layanan Premier pada Vidio dan kepuasan pada fitur *Content* yang ditawarkan oleh Vidio?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dengan latar belakang dan rumusan masalah pada subab 1.2 dan subab 1.3 berikut ini merupakan tujuan penulis dalam melakukan penelitian:

1. Mengetahui faktor penentu konsumen dalam mengambil keputusan untuk menggunakan layanan Premier pada Vidio berdasarkan dengan variabel penelitian yang digunakan
2. Mengetahui perilaku konsumen dalam menentukan dan mengambil keputusan dalam berlangganan layanan dan bagaimana kepuasan konsumen pada fitur *Content* yang ditawarkan oleh Vidio

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan dengan penelitian yang dibuat oleh penulis, maka penulis mengharapkan jika penelitian ini dapat memiliki manfaat bukan hanya untuk penulis saja melainkan dapat bermanfaat bagi para pembaca maupun perusahaan yang diteliti oleh penulis.

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Pada hasil penelitian yang telah diselesaikan oleh peneliti, peneliti berharap dapat menambah khazanah dalam bidang ilmu pengetahuan, bidang pemasaran, dan pada bidang digital teknologi melalui adanya pemahaman tentang layanan sistem *video on demand* yang diterapkan pada Vidio, pengaruh dalam penggunaan model penelitian modifikasi UTAUT2 oleh Yusuf (2019) dengan penambahan variabel *Content*. Selain itu, dengan adanya beberapa temuan yang terungkap berdasarkan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan dapat menjadi manfaat bagi peneliti selanjutnya yang ingin atau akan melakukan penelitian pada bidang yang sama dengan penelitian ini.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Secara praktis, penulis mengharapkan jika penelitian yang dilakukan oleh penulis terhadap Vidio pada layanan Premier, tentang bagaimana faktor terhadap perilaku konsumen pada layanan Premier Vidio beserta fitur yang telah ditawarkan oleh Vidio yang dihubungkan dengan model penelitian modifikasi UTAUT2 ini dapat bermanfaat dengan sebaiknya bagi Vidio dan penggunanya.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Pada subbab 1.6 ini terdapat sistematika penulisan yang memiliki tujuan untuk mempermudah bagi pembaca dalam memberikan arahan terhadap materi yang terkandung dalam penulisan penelitian skripsi ini, dengan demikian penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini terdapat pendahuluan penelitian yang berisikan beberapa rangkuman inti dari penelitian. Bab ini berisikan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini terdapat tinjauan pustaka yang berisikan beberapa rangkuman teori yang diambil melalui penelitian terdahulu dan beberapa penemuan dari para ahli. Bab ini berisikan tentang teori pemasaran, teori keputusan pembelian, teori perilaku konsumen, teori *video on demand*, teori model penelitian UTAUT, teori model penelitian UTAUT2, kerangka pemikiran peneliti, dan hipotesis penelitian.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini terdapat rangkaian dan uraian metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam melaksanakan penelitian. Data dan teori yang terkait diambil dari penelitian terdahulu, skripsi, jurnal, dan buku. Bab ini berisikan jenis penelitian, operasionalisasi variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan sumber data uji validitas dan reabilitas, dan terakhir adalah teknik analisis data penelitian.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini terdapat rangkaian dan pengujian olah data yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner. Teknik pengujian data ini menggunakan analisis data SmartPLS yang berdasarkan dengan teori yang ada pada bagian bab 3. Bab ini berisikan karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil hipotesis.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini terdapat hasil kesimpulan setelah melakukan rangkaian pengolahan data dan menarik kesimpulan yang berdasarkan dengan hasil penelitian dan terdapat saran yang diambil berdasarkan hasil pengolahan data, saran tersebut diberikan kepada perusahaan, dan penelitian selanjutnya.