

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

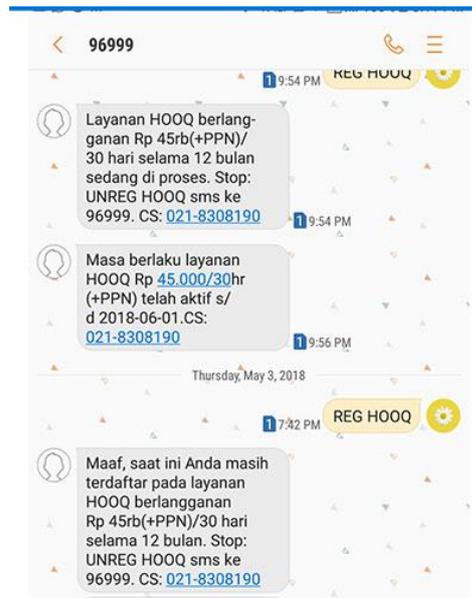
Perkembangan teknologi khususnya pada teknologi jaringan internet saat ini secara tidak langsung mengubah pandangan masyarakat untuk mendapatkan informasi dan komunikasi (Pibriana & Ricoida, 2017). Apalagi di era digital saat ini, banyak aktivitas yang memanfaatkan internet salah satunya menonton film melalui aplikasi streaming berbayar yang membuat ditinggalkannya penggunaan VCD/DVD serta Televisi. Kehadiran film yang telah terdigitalisasi membuat film yang dahulunya harus menyediakan sebuah pemutar VCD/DVD untuk menonton film, sekarang cukup diakses melalui *smartphone* atau *tablet* (Wibowo, 2018). Pada saat ini begitu banyak aplikasi video *streaming* berbayar yang menyajikan berbagai tayangan film yang menarik yang dimana pengguna bebas menonton serta mengunduh film tersebut atau lebih dikenal sebagai *video on demand*.

Video on demand merupakan sistem interaktif yang memungkinkan pengguna untuk memilih dan mengunduh konten yang diinginkan kapanpun dan melalui perangkat apapun. Di Indonesia sendiri memiliki berbagai macam layanan *video on demand*, mulai dari layanan *video on demand* berbayar seperti Netflix, HOOQ, Viu, iFlix dan Catchplay yang dimana mengharuskan pengguna jika ingin menonton harus membayar per konten yang ingin dinikmati dan juga ada layanan *video on demand* gratis seperti YouTube, dan Vimeo, serta layanan *video on*

demand dalam jaringan Televisi seperti yang disediakan oleh Telkom Indihome dan lain-lain (Nurvi Apriana Yusuf & Indrawati, 2019, DailySocial.id, 2018).

HOOQ merupakan salah satu layanan hiburan yang dikhususkan bagi para pecinta film yang suka menonton video streaming, baik menggunakan *smartphone* ataupun komputer. HOOQ sendiri berdiri sekitar bulan Januari tahun 2015 yang berkantor pusat di Singapura. HOOQ juga sebuah layanan *streaming* digital yang merupakan *joint-venture* Sony Pictures, Warner Bros, dan Singtel. Yang dimana HOOQ menyediakan berbagai film-film baik lokal maupun luar negeri yang terbaru. Untuk berlangganan HOOQ bisa melalui kartu kredit atau debit, *electronic voucher*, potong pulsa hingga menggunakan saldo OVO.

Permasalahan yang dialami oleh pengguna HOOQ berbayar yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen itu sendiri, bahwa ada seorang konsumen mendapatkan promo layanan video *on demand* HOOQ gratis selama 1 tahun yang sudah berakhir pada bulan maret lalu, lalu jika ingin masih menggunakan HOOQ akan dikenakan biaya 45.000 rupiah perbulan yang mana sangat terjangkau. Setelah dilakukan registrasi pada bulan april untuk yang berbayar dan tidak ada masalah di bulan tersebut. Namun masalah timbul menjelang 2 hari layanan harus diperpanjang, konsumen mendapat notifikasi SMS bahwa layanan gagal diperpanjang. Ketika dicoba untuk registrasi ulang dan berhasil berlangganan hingga bulan juni. Kemudian yang jadi masalah di aplikasi HOOQ saya dianggap tidak berlangganan sehingga tidak dapat menikmati layanan HOOQ tersebut. Seperti pada gambar berikut :



Gambar 1.1 Registrasi konsumen pada aplikasi HOOQ

(Mediakonsumen, 2018)

Dari gambar di atas diketahui bahwa konsumen telah berlangganan selama 1 tahun dan masa berlakunya telah berakhir. Kemudian konsumen melakukan registrasi berbayar kembali untuk perbulannya, namun ketika melakukan registrasi konsumen tersebut dianggap tidak terdaftar pada layanan HOOQ tersebut.

Untuk mengetahui perilaku konsumen yaitu dengan menggunakan *Theory of Reasoned Action* atau teori tindakan beralasan merupakan teori yang menjelaskan tahapan-tahapan seseorang dalam melakukan perilaku. Pada tahap pertama, perilaku (*behavior*) ditentukan oleh minat (*intention*). Pada tahap kedua, niat dapat dijelaskan melalui sikap-sikap terhadap perilaku (*attitudes towards the behavior*) dan norma subyektif (*subjective norm*). Tahap-tahap ketiga dipertimbangkan pada sikap-sikap (*attitudes*) dan norma-norma subjektif (*subjective norm*) dalam bentuk kepercayaan tentang akibat melakukan perilaku

tersebut dan tentang anggapan normatif dari orang yang direferensi secara relevan (Pibriana & Ricoida, 2017).

Maka penulis tertarik akan melakukan penelitian tentang bagaimana perilaku konsumen yang kemudian menjadi faktor yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan HOOQ. Pada penelitian ini akan mencari tahu mengenai pengaruh faktor sikap, norma subjektif dan minat konsumen dalam menggunakan HOOQ melalui pendekatan *Theory of Reasoned Action*(TRA).

Berdasarkan paparan di atas, penulis memandang perlu untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Menonton HOOQ Menggunakan *Theory of Reasoned Action*(TRA)”**

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah yang diangkat adalah :
Bagaimana menganalisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Menonton HOOQ Menggunakan *Theory of Reasoned Action*(TRA)?

1.3 BATASAN MASALAH

Untuk menghindari terjadinya pembahasan diluar dari permasalahan dan topik penulisan ini maka penulis menetapkan batasan masalah yang akan dibahas. Adapun batasan masalahnya yaitu :

1. Penelitian ini dilakukan menggunakan *Theory of Reasoned Action*
2. Variabel independen dalam penelitian berupa Sikap (*attitude*), Norma Subjektif (*subjective norm*) dan variabel dependen berupa Minat (*intention*).
3. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner melalui *google form*.
4. Responden dalam penelitian ini yaitu pengguna HOOQ di kota Jambi.

5. Jumlah responden dalam penelitian ini yaitu minimal 100 orang menggunakan teknik *accidental sampling*.

1.4 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui seberapa niat seseorang untuk menonton HOOQ.
2. Untuk menguji pengaruh sikap terhadap perilaku, terhadap niat seseorang untuk menggunakan HOOQ
3. Untuk mengetahui niat seseorang serta pengaruh perilaku untuk menggunakan HOOQ.
4. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi niat menonton HOOQ.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari pembuatan penelitian ini yaitu :

1. Penulis dapat mengetahui pengukuran tingkat perilaku seseorang menggunakan *Theory of Reasoned Action(TRA)*
2. Membantu pihak HOOQ dalam mengetahui faktor yang mempengaruhi menggunakan HOOQ di kota Jambi.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Laporan penelitian ilmiah ini dibuat dalam sistematika yang sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang benar dan dibagi dalam bab-bab sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang masalah yang mendasari penelitian, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian yang ingin dicapai dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu seperti : konsep analisis, konsep Hooq, *Theory of Reasoned Action*(TRA), penelitian sejenis dan sebagainya.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang bahan, alat, dan kerangka kerja penelitian yang dilakukan, metode pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV : MODEL DAN INSTRUMEN PENELITIAN

Bab ini berisi tentang model dan instrumen penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat lebih memilih menonton HOOQ.

BAB V : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang perhitungan hasil analisis tingkat faktor-faktor yang mempengaruhi niat menonton HOOQ.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan dari seluruh pembahasan yang telah diuraikan pada pembahasan sebelumnya serta saran – saran yang diperlukan.