

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

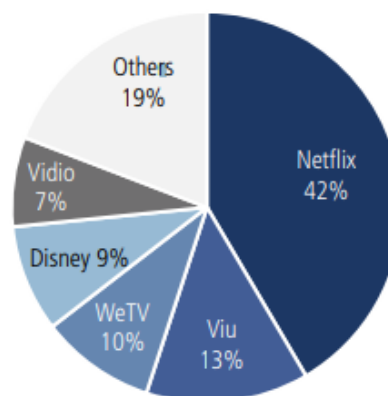
Menonton menjadi salah satu bentuk hiburan yang sangat diminati oleh masyarakat. Di era digital yang cepat dan serba ada ini, banyak orang beralih dari menonton televisi ke menonton melalui layanan streaming digital. Kemajuan internet yang pesat di seluruh dunia telah membawa banyak bisnis dan layanan berpindah dari dunia offline ke dunia online.

Perpindahan dari sistem offline ke online ini tentu dipengaruhi oleh peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia setiap tahunnya. Pada awal Januari 2022, jumlah pengguna internet telah mencapai 202,35 juta orang, sedangkan pada tahun 2021 jumlahnya adalah 202,06 juta orang. (Hari Darmawan 2022). Dapat terlihat peningkatan sebesar 0,14% dari tahun 2021 ke 2022 (Giovani Dio Prasasti 2021). Selain pertumbuhan pengguna internet, kemajuan dalam Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) juga terjadi. Kemajuan ini didorong oleh inovasi dan penyebaran jaringan berbasis Internet Protocol (IP) yang menawarkan berbagai aplikasi baru dan beragam layanan multimedia. Kemajuan ini tercermin dalam perkembangan media dan perangkat yang mendukungnya. Salah satu layanan multimedia yang menggunakan kemajuan teknologi berbasis IP adalah Video on Demand (VoD). Video on Demand merujuk pada penyajian video yang dapat diakses secara online melalui jaringan. Video tersebut disajikan langsung melalui streaming.

Video on Demand (VoD) pada awalnya merupakan konsep penyewaan kaset film, namun konsep tersebut kemudian dimodernisasi agar sesuai dengan perkembangan zaman dan memberikan pengalaman menonton film yang lebih baik. Kehadiran VoD di Indonesia telah menyebabkan penurunan minat terhadap televisi konvensional, televisi kabel berlangganan, dan bioskop. Di sisi lain, VoD juga menjadi alternatif platform penayangan film di Indonesia. Penggemar VoD memiliki kemampuan untuk mengunduh film terlebih dahulu sehingga dapat menikmatinya kapan saja. Selain menonton di televisi, film-film tersebut dapat ditonton melalui berbagai perangkat lainnya, seperti komputer, smartphone, atau tablet yang bisa dinikmati kapanpun dan dimanapun dengan atau tidak adanya jaringan internet.

Gambar 1.1. Konsumsi Video di Asia Tenggara

SEA PREMIUM VIDEO VIEWERSHIP BY PLATFORM (Q3 2022)



Berdasarkan riset Media Partners Asia (MPA) menunjukkan konsumsi video online di Asia Tenggara selama 2022 di kuartal ketiga (Q3) Asia Tenggara menambahkan 2,5 juta pelanggan baru bersih pada kuartal ketiga 2022, sehingga

mencapai total 43,5 juta langganan, laporan Media Partners Asia (MPA) juga memperlihatkan konsumsi streaming video di platform SVOD di Asia Tenggara, Video on demand (VOD) menjadi layanan berbasis Video on Demand yang paling diminati yaitu sebesar 42 persen yang dimana meningkat dari tahun 2021 yang hanya 39 persen dari total streaming video premium.

Perkembangan teknologi komunikasi yang pesat ini telah mengubah cara kita mengakses dan mengonsumsi konten media. Kemunculan layanan Video on Demand (VoD). VoD telah menjadi fenomena global yang memungkinkan pengguna untuk menonton film dan acara televisi favorit mereka secara online, kapan saja dan di mana saja. Keberadaan layanan VoD telah memberikan pengalaman menonton yang berbeda dan memperluas pilihan konten bagi pengguna, termasuk di kalangan mahasiswa.

Video on demand (VOD) disebut sebagai perkembangan teknologi komunikasi karena menggabungkan teknologi informasi dan komunikasi untuk menyediakan konten hiburan secara digital kepada penggunanya.

Dalam era digital yang terus berkembang, video on demand (VoD) telah menjadi fenomena yang signifikan dalam industri hiburan. Perusahaan-perusahaan VoD berperan penting dalam menyediakan akses mudah dan fleksibilitas bagi pengguna untuk menonton film dan konten audiovisual sesuai keinginan mereka. Dalam konteks ini, penelitian mengenai pengaruh daya tarik VoD dalam meningkatkan minat menonton film di Komunitas Arnephoria Studio Bandung memiliki urgensi yang tinggi.

Bagi platform VOD itu sendiri Bagi penyedia platform VOD, penelitian ini dapat membantu mereka untuk memahami preferensi dan ekspektasi konsumen. Dengan demikian, mereka dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, menawarkan konten yang lebih relevan, dan meningkatkan pengalaman pengguna. Penelitian ini dapat membantu platform VOD dalam mengoptimalkan operasional mereka untuk memenuhi kebutuhan komunitas seperti Arnephoria Studio Bandung dengan berbagai aspek yaitu:

1. **Pemahaman Terhadap Preferensi Konsumen:** Penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor apa yang mempengaruhi minat penonton dalam menggunakan layanan VoD untuk menonton film di Komunitas Arnephoria Studio Bandung. Informasi ini penting bagi perusahaan-perusahaan VoD untuk mengerti preferensi dan kebutuhan audiens mereka, sehingga mereka dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan menyesuaikan penawaran mereka dengan keinginan pasar.
2. **Pertumbuhan Industri VoD:** Industri VoD telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Penelitian ini akan memberikan wawasan tentang bagaimana daya tarik VoD mempengaruhi minat menonton film, yang dapat membantu perusahaan-perusahaan VoD untuk memahami tren konsumen, mengidentifikasi peluang pertumbuhan, dan mengoptimalkan strategi bisnis mereka di Komunitas Arnephoria Studio Bandung.
3. **Kompetisi dalam Industri VoD:** Kompetisi di industri VoD semakin meningkat dengan hadirnya banyak penyedia layanan. Dalam persaingan ini, penelitian

mengenai pengaruh daya tarik VoD dalam meningkatkan minat menonton film dapat memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan-perusahaan VoD. Dengan memahami faktor-faktor yang membuat layanan mereka menonjol, perusahaan-perusahaan tersebut dapat mengembangkan kebijakan produk yang lebih baik, meningkatkan pengalaman pengguna, dan memenangkan hati konsumen.

4. Pengembangan Strategi Pemasaran yang Tepat: Penelitian ini akan membantu perusahaan-perusahaan VoD dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran di Komunitas Arnephoria Studio Bandung. Dengan memahami preferensi penonton dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat mereka, perusahaan-perusahaan tersebut dapat merancang kampanye pemasaran yang lebih efektif, termasuk penggunaan konten yang menarik, penargetan audiens yang relevan, dan promosi yang tepat waktu.
5. Kontribusi Terhadap Pengembangan Industri Lokal: Penelitian ini akan memberikan kontribusi penting dalam pengembangan industri VoD di Komunitas Arnephoria Studio Bandung. Melalui pemahaman yang lebih baik tentang preferensi dan kebutuhan penonton, penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi perusahaan-perusahaan VoD dan stakeholder industri lainnya untuk berinovasi dan mengoptimalkan layanan mereka sesuai dengan keinginan lokal.

Dalam konteks VoD, komunikasi pemasaran memainkan peran penting dalam memperkenalkan, mempromosikan, dan membangun kesadaran tentang konten yang tersedia serta keunggulan layanan VoD. Melalui strategi komunikasi

pemasaran yang efektif, penyedia layanan VoD dapat menjangkau lebih banyak audiens, menarik perhatian mereka, dan meningkatkan partisipasi pengguna.

Pesan pemasaran yang efektif harus mempunyai manfaat dan nilai tambah yang ditawarkan oleh VoD. Kemudahan akses, pilihan konten yang luas, pengalaman menonton yang personal, dan fleksibilitas adalah beberapa keunggulan utama layanan VoD. Komunikasi pemasaran harus menggambarkan keunggulan ini dengan jelas dan menarik kepada audiens target.

Pemahaman yang mendalam tentang audiens target menjadi kunci dalam komunikasi pemasaran VoD. Identifikasi kelompok target, seperti pecinta film, penggemar acara TV, atau kelompok demografis tertentu, membantu penyedia layanan VoD mengarahkan pesan mereka dengan tepat dan mencapai hasil yang lebih baik.

Konten pemasaran yang menarik juga penting dalam menarik minat audiens. Penggunaan video pendek, cuplikan menarik, dan klip konten yang tersedia membantu memperlihatkan kepada audiens jenis konten yang dapat mereka akses melalui VoD. Konten-konten ini harus dikemas secara menarik dan informatif untuk memicu rasa ingin tahu dan keinginan untuk menggunakan layanan VoD tersebut.

Secara keseluruhan, VoD telah mengubah cara kita mengonsumsi konten audiovisual dan mempengaruhi komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran yang efektif membantu penyedia layanan VoD membangun kesadaran, menarik perhatian, dan memperoleh partisipasi pengguna. Dengan pemahaman mendalam

tentang audiens target, pesan yang menarik, konten informatif, dan metrik pengukuran kinerja yang tepat, penyedia layanan VoD dapat mencapai kesuksesan dalam komunikasi pemasaran mereka.

Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Komputer Indonesia Bandung, mahasiswa memiliki peran penting dalam mempelajari dan menganalisis tren media terkait perkembangan teknologi komunikasi serta dampaknya terhadap masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk memahami tren media yang terkait perkembangan teknologi komunikasi dengan meneliti Pengaruh *Video on demand* (VOD) Terhadap Minat Menonton Film Di komunitas Arnephoria Studio Bandung.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan jawaban yang signifikan terkait dengan pengaruh Video on demand (VOD) terhadap minat menonton film di komunitas Arnephoria Studio Bandung. Hasil penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang perkembangan teknologi komunikasi dalam penggunaan layanan Video on demand (VOD) dan dampaknya terhadap minat menonton film. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan pandangan yang berguna bagi penyedia layanan seperti Video on demand (VOD) dalam memahami preferensi dan perilaku pengguna mereka."Dalam era digital saat ini, teknologi informasi dan komunikasi berkembang pesat dan memberikan dampak yang signifikan terhadap kehidupan manusia.

Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengaruh *Video on demand* (VOD) terhadap minat menonton film di komunitas Arnephoria Studio Bandung, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam

memperkaya pengetahuan tentang perubahan perilaku konsumsi film dan dampak teknologi dalam industri hiburan. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat memberikan wawasan kepada produsen konten dan penyedia layanan streaming dalam mengembangkan strategi pemasaran dan konten yang sesuai dengan preferensi dan minat mahasiswa dalam menonton film.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki nilai penting bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya pada perkembangan teknologi komunikasi dan masyarakat secara umum. Dengan memahami pengaruh Video on demand (VOD) dalam meningkatkan minat menonton film di komunitas Arnephoria Studio Bandung, kita dapat lebih memahami perubahan tren dalam konsumsi media serta memberikan pemahaman yang lebih baik tentang peran VoD dalam transformasi budaya dan perilaku konsumen di era digital.

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survey sebagai teknik pengumpulan data. Data akan dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti menentukan rumusan masalah mengenai *“Analisis Daya Tarik Video On Demand Dalam Meningkatkan Minat Menonton Film Di Komunitas Arnephoria Studio Bandung”*

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seauhmana pengaruh **Frekuensi** Video on demand (VOD) Terhadap Peningkatkan Minat Menonton Film Di Komunitas Arnephoria Studio Bandung?
2. Seauhmana pengaruh **Durasi** Video on demand (VOD) Terhadap Peningkatkan Minat Menonton Film Di Komunitas Arnephoria Studio Bandung?
3. Seauhmana pengaruh **Intensitas** Video on demand (VOD) Terhadap Peningkatkan Minat Menonton Film Di Komunitas Arnephoria Studio Bandung?
4. Seauhmana pengaruh **Konten** Video on demand (VOD) Terhadap Peningkatkan Minat Menonton Film Di Komunitas Arnephoria Studio Bandung?
5. Seauhmana Pengaruh Video on demand (VOD) Terhadap **Perhatian** (*Attention*) Menonton Film Di Komunitas Arnephoria Studio Bandung?
6. Seauhmana Pengaruh Video on demand (VOD) Terhadap **Ketertarikan** (*Interest*) Menonton Film Di Komunitas Arnephoria Studio Bandung?
7. Seauhmana Pengaruh Video on demand (VOD) Terhadap **Keinginan** (*Desire*) Menonton Film Di Komunitas Arnephoria Studio Bandung?
8. Seauhmana Pengaruh Video on demand (VOD) Terhadap **Keputusan** (*Decision*) Menonton Film Di Komunitas Arnephoria Studio Bandung?

9. Sejauhmana Pengaruh Video on demand (VOD) Terhadap **Tindakan** (*Action*) Menonton Film Di Komunitas Arnephoria Studio Bandung?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengungkap dan mengukur Daya Tarik *Video On Demand* Dalam Meningkatkan Minat Menonton Film Di Komunitas Arnephoria Studio Bandung

Hasilnya akan dituangkan dalam karya tulis ilmiah berupa skripsi, yang merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui **Frekuensi** *Video on demand* (VOD) Terhadap Peningkatan Minat Menonton Film Di Komunitas Arnephoria Studio Bandung.
2. Untuk mengetahui **Durasi** *Video on demand* (VOD) Terhadap Peningkatan Minat Menonton Film Di Komunitas Arnephoria Studio Bandung.
3. Untuk mengetahui **Intensitas** *Video On Demand* (VOD) Terhadap Meningkatkan Minat Menonton Film Di Komunitas Arnephoria Studio Bandung.

4. Untuk mengetahui **Konten** *Video On Demand* (VOD) Terhadap Peningkatkan Minat Menonton Film Di Komunitas Arnephoria Studio Bandung.
5. Untuk mengetahui Daya Tarik *Video On Demand* (VOD) terhadap **Perhatian** (*Attention*) Menonton Film Di Komunitas Arnephoria Studio Bandung..
6. Untuk mengetahui Daya Tarik *Video On Demand* (VOD) Terhadap **Ketertarikan** (*Interest*) Menonton Film Di Komunitas Arnephoria Studio Bandung..
7. Untuk Mengetahui Daya Tarik *Video On Demand* (VOD) Terhadap **Keinginan** (*Desire*) Menonton Film Di Komunitas Arnephoria Studio Bandung..
8. Untuk Mengetahui Daya Tarik *Video On Demand* (VOD) Terhadap **Keputusan** (*Decision*) Menonton Film Di Komunitas Arnephoria Studio Bandung..
9. Untuk Mengetahui Daya Tarik *Video On Demand* (VOD) Terhadap **Tindakan** (*Action*) Menonton Film Di Komunitas Arnephoria Studio Bandung.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Penelitian yang dilakukan ini secara teoritis diharapkan dapat berguna untuk pengembangan pengetahuan. Penelitian ini diharapkan dapat

memberikan manfaat serta menjadi sarana untuk mengembangkan keilmuan yang umumnya berhubungan dengan ilmu komunikasi pemasaran.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Kegunaan secara praktis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kegunaan Bagi Peneliti

Bagi peneliti penelitian ini merupakan suatu bentuk aplikasi ilmu dan teori yang dipelajari selama proses perkuliahan dan juga diharapkan dapat menambah wawasan bagi penelitian dalam bidang ilmu komunikasi. Bagi peneliti, penelitian ini dapat mengembangkan kemampuan peneliti dalam hal menganalisis permasalahan, mencari jawaban dan memunculkan pemikiran baru tentang Pengaruh Daya Tarik Video on demand (VOD) Terhadap Minat Menonton Film Di Komunitas Arnephoria Studio Bandung.

b. Kegunaan Bagi Akademik

Kegunaan Bagi Universitas, penelitian ini berguna bagi Universitas Komputer Indonesia secara umum, dan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi adalah sebagai bahan literatur, referensi maupun pedoman penelitian bagi mahasiswa UNIKOM (Universitas Komputer Indonesia) terutama bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sama.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini juga secara praktis berguna bagi Video on demand (VOD) sebagai Referensi atau Evaluasi khususnya mengenai Pengaruh Daya Tarik Video on demand (VOD) Terhadap Minat Menonton Film Di komunitas Arnephoria Studio Bandung. Diharapkan Video on demand (VOD) mampu meningkatkan strategi pemasaran produknya atau promosi produknya di kalangan remaja, khususnya komunitas film.