

**SKRIPSI**

**EKSISTENSI *PLATFORM* NETFLIX SEBAGAI SARANA  
KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA FISIP UNTAN**



**Oleh :**

**Muhammad Zadit Taqwa Al Asy'ari  
NIM. E1021181034**

**PROGRAM STUDI PEMBANGUNAN SOSIAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS TANJUNGPURA  
PONTIANAK  
2023**

## ABSTRAK

Netflix merupakan salah satu *platform* penyedia jasa layanan *video on demand* berlangganan yang didirikan pada tahun 1997 di Amerika Serikat. Para pengguna *platform* netflix dapat menonton kapan pun, dimana pun baik dengan menggunakan *mobile phone*, laptop, atau perangkat lainnya yang tersambung ke jaringan internet. Kelebihan lain yang ada di *platform* netflix ialah para pengguna dapat memutar, menjeda, dan melanjutkan tayangan tanpa adanya iklan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswa FISIP UNTAN menggunakan *platform* netflix sebagai sarana kewirausahaan dan untuk mengetahui dampak apa saja yang dirasakan oleh Mahasiswa FISIP UNTAN yang berwirausaha menjual akses *platform* netflix tersebut. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan juga dokumentasi. Adapun hasil penelitian ini adalah pengguna *platform* netflix sebagai sarana kewirausahaan yakni mudah melakukan transaksi dimana saja karena dilakukan melalui *handphone*, selain itu juga *platform* netflix mudah untuk dipasarkan melalui *social media*, dan peminat *platform* netflix cukup banyak sehingga dapat menghasilkan pemasukan yang cukup untuk seorang mahasiswa. Adapun dampak positif yang dirasakan oleh mahasiswa yakni dapat memperoleh pemasukan tambahan dengan menjual akses dari *platform* netflix tersebut. Sedangkan dampak negatif yaitu pemasukan tidak menentu karena peminat hanya berlangganan dalam hitungan minimal sebulan, dan minat pelanggan hanya berdasarkan film yang ingin ditonton.

Kata kunci : Eksistensi, Netflix, Mahasiswa

## RINGKASAN SKRIPSI

Skripsi ini berjudul Eksistensi Platform Netflix Sebagai Sarana Kewirausahaan Mahasiswa FISIP UNTAN. Berdasarkan dari pengamatan peneliti mengenai objek yang diteleti, peneliti melihat munculnya ketenaran *platform* Netflix dikalangan anak muda maka dari itu beberapa mahasiswa FISIP UNTAN khususnya angkatan 2018 melihat peluang untuk menjual jasa akses pelanggan di platform Netflix. Peneliti melihat bahwa platform Netflix menjadikan ladang usaha baru bagi mahasiswa FISIP UNTAN untuk mendapatkan uang tambahan dari hasil jasa yang berikan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Mahasiswa FISIP UNTAN menjual jasa berlangganan *Platform* Netflix, serta untuk mengetahui dampak apa saja yang dirasakan oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura selama menjual *Platform* Netflix.

Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa para Mahasiswa FISIP UNTAN menjual *Platform* Netflix karena platform ini memiliki banyak peminat karena fitur-fitur yang ada di dalamnya bagus dan berkualitas, mengenai hal tersebut yaitu series dan film yang ada *Platform* Netflix tersebut sangatlah berkualitas dan berbeda dengan *Platform streaming online* lainnya. Karena alasan-alasan itulah beberapa mahasiswa FISIP UNTAN menjadikan *Platform* Netflix sebagai sarana kewirausahaan. Selain kemudahan dan kepraktisan, kepopuleran dari *platform* netflix juga memberikan dampak ekonomi bagi para mahasiswa FISIP UNTAN

yang menjual akses. Dengan menjual akses netflix mahasiswa dapat menambah uang jajanya. Namun dampak negatif juga dirasakan oleh beberapa mahasiswa, yakni peminat hanya berlangganan minimal satu bulan sekali yang mana jika dihitung secara kasar, penjual hanya akan mendapat pesanan setelah masa berlangganan pembeli habis, hal itulah yang membuat pembeli harus mencari pembeli sebanyak mungkin dan melakukan promosi lebih banyak lagi.

Saran yang ingin penulis sampaikan dalam penelitian ini ialah dalam berwirausaha secara daring hendaknya dibarengi dengan harga yang tidak terlalu jauh dari pasaran dan konsisten dalam berwirausaha. Bagi penyedia dan pengelola layanan netflix sebaiknya memudahkan pelanggan untuk membeli akses tanpa harus memprihatin dengan hal-hal lainnya, hal itu dimaksudkan agar para pengguna tidak membeli akses secara ilegal karena hal itu akan merugikan pihak *Platform* Netflix juga.

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Muhammad Zadit Taqwa Al Asy'ari

Nomor Mahasiswa : E1021181034

Program Studi : Pembangunan Sosial

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Pontianak, 10 November 2022

Yang membuat pernyataan

(Muhammad Zadit Taqwa Al Asy'ari)



## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

“Rotasikan pandanganmu, ambil sudut yang terbaru. Belum pernah kau coba, lihat semua bukan dari matamu”

(33x - Perunggu)

*“If u stay, I would even wait all night. How until my heart explodes. How long until we find our way. In the dark and out of harm?. You can run away with me, anytime u want.”*

(Summertime – My Chemical Romance)

“HWAITINGGG”

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Kedua orang tua tercinta yang senantiasa mendoakan, mendukung, memberikan semangat, serta memberikan banyak sekali kasih sayang hingga bisa berada di tahap ini. Terima kasih atas segala doa dan usaha yang umi dan abah telah berikan selama ini. Terima kasih juga karena sudah memberikan waktu dan kepercayaan bahwa tanggung jawab ini dapat saya selesaikan. Selanjutnya untuk diri saya sendiri karena telah mampu untuk bertahan dan tetap percaya diri bahwa semua ini dapat diselesaikan walaupun rasa malas selalu menghampiri di hari-hari pengerjaan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan Kehadirat Allah SWT atas segala nikmat, rahmat dan hidayah nya karena berkat izinNya saya dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul Eksistensi *Platform* Netflix Sebagai sarana kewirausahaan Mahasiswa Angkatan 2018 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura. Serta tak lupa saya utarakan terimakasih yang takan pernah cukup untuk kedua orang tua saya yang telah melahirkan dan membesarkan hingga saya bisa sampai ketahap ini. Proposal Penelitian ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa khususnya kami mahasiswa Prodi Pembangunan Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura. Saya selaku peneliti Proposal Penelitian ini ingin berterimakasih kepada:

1. Allah S.W.T yang telah memberi Rahmat dalam bentk kesehatan dan rezeki sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Bapak Dr. Herlan, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak.
3. Ibu Dra. Hj. Endang Indri Listiani M. Si selaku dosen pembimbing pertama, dan Ibu Rizqi Ratna Paramitha, S Pd, MA selaku dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan mengarahkan saya dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Dr. Indah Listyaningrum, M,Si selaku dosen pembahas pertama yang telah membantu peneliti dalam menyempurnakan skripsi ini.

5. Ibu Desca Thea Purnama, S.Sos, M,Sos selaku pembahas dua yang telah membantu mengoreksi sehingga skripsi ini dalam disempurnakan dengan baik.
6. Pembantu Dekan, Bapak/Ibu Dosen, Staf Tata Usaha dan Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura yang telah banyak memberikan dukungan selama dalam usaha perkuliahan.
7. Kawan-kawan SMA saya (TEBIAT), selalu menjadi tempat bertukar pikiran dan memotivasi diri ini.
8. Kawan kuliah esos yang selalu mebantu apa pun itu dari sewaktu maba hingga sampai sekarang ini.
9. Muhammad Rama Wibisana (MAMANG) yang telah memabantu saya dalam segala hal yang menyangkut tentang penyelesaian skripsi ini.

Maka dari itu bila kala ada kekurangan dalam penulisan Skripsi ini mohon kiranya dimaafkan dan diberikan saran agar saya bisa lebih baik kedepanya. Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

**Pontianak, November 2022**

**Muhammad Zadit Taqwa**  
**Nim.E1021181034**

HALAMAN PENGESAHAN

EKSISTENSI *PLATFORM* NETFLIX SEBAGAI SARANA  
KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA FISIP UNTAN

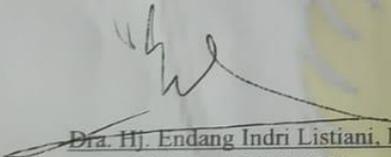
oleh:  
**Muhammad Zadit Taqwa Al Asy'ari**  
E1021181049

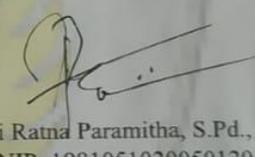
Dipertahankan di :  
Pada Hari/Tanggal : Senin/ 12 Desember 2022  
Waktu : 13.00 WIB -Selesai  
Tempat : Ruang Ujian 05

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

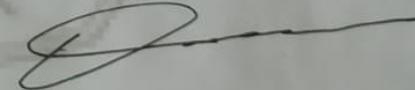
  
Dra. Hj. Endang Indri Listiani, M.Si  
NIP. 196303241987032001

  
Rizqi Ratna Paramitha, S.Pd., M.A.  
NIP. 198105102005012017

Penguji Utama

Penguji Pendamping

  
Dr. Indah Listyaningrum, M.Si  
NIP. 198304302005012001

  
Desca Thea Purnama, S.Sos, M.Sos  
NIP. 199212072019032021

  
Disahkan Oleh:  
Dekan FISIP Untan  
Dr. Herlan, M.Si  
NIP. 197205212006041001

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>RINGKASAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah Penelitian .....	13
1.3. Fokus Penelitian .....	14
1.4. Rumusan Masalah.....	14
1.5. Tujuan Penelitian.....	15
1.6. Manfaat Penelitian.....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>16</b>
2.1. Definisi Konsep .....	16
2.1.1. Eksistensi .....	16
2.1.2 Media .....	17
2.1.3. Sejarah <i>Platform</i> Netflix.....	21
2.1.4. Kewirausahaan.....	27
2.1.5. Pemasaran Digital .....	28
2.1.6. Mahasiswa .....	31
2.2. Teori.....	32
2.2.1. Teori Kewirausahaan .....	32
2.3. Hasil Penelitian Yang Relevan.....	35
2.4. Kerangka Pikir.....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	37

3.2. Langkah-Langkah Penelitian.....	37
3.3. Lokasi Penelitian .....	38
3.4. Subyek dan Obyek Penelitian.....	39
3.4.1. Subyek Penelitian .....	39
3.4.2. Objek Penelitian.....	40
3.5. Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	40
3.6. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	43
3.7. Teknik Analisis Data .....	43
3.8. Keabsahan Data .....	44
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
4.1. Sejarah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura....	46
4.1.2. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura.....	49
<b>BAB V PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
5.1. Profil Informan .....	52
5.2. Platform Netflix.....	54
5.3. <i>Reseller</i> Netflix Di Kalangan Mahasiswa FISIP UNTAN Angkatan 2018.	59
5.4. Alasan Mahasiswa FISIP UNTAN menjual akses berlangganan Platform Netflix.....	61
5.5. Dampak Yang Dirasakan Mahasiswa FISIP UNTAN yang menggunakan Platform Netflix Sebagai Sarana Kewirausahaan.....	67
5.5.1. Dampak Positif Berwirausaha Platform Netflix .....	70
5.5.2. Dampak Negatif Berwirausaha Akses Netflix.....	72
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>75</b>
6.1. Kesimpulan.....	75
6.2. Saran .....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>83</b>

## DAFTAR TABEL

Table 1.1 Aplikasi Video on Demand yang Sering Digunakan di Indonesia tahun 2020.....	7
Table 2.1 Hasil Penelitian Yang Relevan.....	35
Table 4.1 Program Studi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura .....	48
Table 5.1 Profil Subjek .....	52

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura .....47

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Seiring perkembangan zaman, hal-hal yang ada di sekeliling kita pun mengalami perubahan dan kemajuan. Salah satunya adalah komunikasi, komunikasi semakin mengalami kemajuan terutama di era digital seperti sekarang ini. Laswell dalam Effendy, 2011: 11 mengatakan bahwa proses dalam komunikasi terbagi menjadi 2 yaitu proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder. Proses komunikasi primer merupakan proses penyampaian pikiran dan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Sedangkan proses komunikasi secara sekunder merupakan proses komunikasi yang menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua dalam melancarkan komunikasinya, hal itu dikarenakan komunikan sebagai sasaranya berada dilokasi yang relatif jauh dan jumlahnya juga banyak.

Perkembangan teknologi komunikasi dan internet mengubah interaksi antara manusia dan media. Konvergensi media membuat batas-batas antara teknologi yang satu dengan yang satu lain mengabur, sehingga menghasilkan konsep dan definisi yang baru. Televisi misalnya, sebagai media audiovisual, dalam beberapa dekade terakhir telah mengalami perubahan yang radikal.

Media baru (*new media*) menjadi salah satu media yang paling banyak digunakan oleh manusia di zaman sekarang ini. McQuail (2011:43) mengatakan bahwa media baru mempunyai ciri seperti saling keterhubungan, aksesnya yang mudah terhadap orang banyak sebagai penerima maupun sebagai penerima pesan, interaktivitasnya, kegunaanya yang bervariasi sebagai karakter yang terbuka dan sifatnya yang ada di mana-mana. Salah satu bagian dari *New Media* adalah "*Network Society*". *Network Society* adalah suatu bentuk sosial yang infrastrukturnya berasal dari kelompok, organisasi, dan komunikasi massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala aspek (individu, grup, kelompok, sosial). Dengan demikian, hal yang mendasar dalam bentuk teori ini adalah semua yang memiliki ikatan hubungan yang luas secara kolektivitas, (Van Dijk, 2016: 20).

Internet merupakan sarana komunikasi jaringan global yang menghubungkan komputer di seluruh dunia tanpa mempermasalahkan perbedaan mesin dan sistem pengoperasian. Internet selain sebagai wadah memperoleh informasi, internet juga berperan sebagai pemenuh kebutuhan manusia zaman sekarang salah satunya seperti kebutuhan hiburan yang didalamnya meliputi film dan music (Ahmadi dan Hermawan (2013: 68).

Berdasarkan data Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia pada tahun 2018 Indonesia tercatat 143,26 juta penduduk yang telah menggunakan internet dari 262 juta penduduk. Pada umumnya pengguna internet berentang usia dari 19 sampai 34 tahun. Sebanyak 49,52% penggunaan internet digunakan untuk mengunduh atau menonton film, 70,23% digunakan untuk bidang gaya hidup

71,10% untuk penggunaan *social media* dan 87,13%. Peningkatan jumlah pengguna internet, menandakan bahwa internet di era sekarang sudah menjadi bagian yang erat dan tak terlepas di kehidupan masyarakat (Aliffatullah Alyu Raj, Siti Nurina Hakim, 2017).

Pengaruh internet di kehidupan masyarakat sekarang ini sangatlah terasa, hal itu dikarenakan internet mampu mempermudah aktivitas yang sehari-hari dilakukan oleh masyarakat. Dengan internet, aktivitas yang tadinya biasa dilakukan di luar rumah, sekarang masyarakat dapat menjalankan aktivitas-aktivitas tersebut di dalam rumah. Dengan berbagai macam dampak positif yang diberikan internet sangat dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat sebagai penunjang kemudahan aktivitasnya (Putra, O., & Fitriani, D. R. 2019).

Di era sekarang ini pun bisnis dapat dilakukan menggunakan internet, hal ini biasa disebut dengan *e-commerce*. *E-commerce* berguna untuk memfasilitasi, melaksanakan, serta memproses transaksi bisnis yang melibatkan penjual dan pembeli, dan pertukaran barang dan jasa dengan uang. Hal tersebut mempermudah pembeli mencari barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya, sedangkan bagi penjual dapat mempermudah untuk menampilkan barang yang dijualnya serta dapat mengetahui harga pasar dari barang yang dijualnya.

Saat ini, bisnis digital yang sedang berkembang dan diminati oleh pengguna internet adalah konten hiburan dengan menonton film atau video

yang dapat diakses secara online (Agustina, 2019). Bisnis yang dimaksud adalah *Video On Demand* (VoD), yang didefinisikan sebagai konten video yang dilihat melalui koneksi internet dan dibayar berdasarkan judul yang dipilih (dailiysocial.id, 2017). Video on demand merupakan suatu layanan yang mana sistem dijalankan secara interaktif dengan mewujudkan fasilitas untuk mengontrol dan memilih sendiri tayangan video atau film yang sesuai dengan keinginan pengguna layanan.

Kemunculan trend *Video on Demand* mulai menggantikan DVD dan TV konvensional, hal itu dikarenakan program televisi konvensional lebih terikat pada jadwal siaran dengan durasi yang sudah terjadwal pula serta konten yang dan tayangan yang disajikan terbatas iklan terlalu lama dan juga hanya bisa ditonton ketika berada dirumah saja (Eduard, 2019). Televisi kabel dengan pilihan acara yang tidak sedikit tak lagi cukup untuk memenuhi kepuasan masyarakat akan konten-konten hiburan (Hadyan, 2010). Dengan berbagai layanan pada aplikasi streaming *Video on Demand*, tontonan menjadi lebih banyak, juga bisa memilih resolusi ketika menonton video, serta juga bisa dilakukan lebih *flexible* dan leluasa dimana saja dan kapan saja (Indohome, 2020).

Penutupan sementara bioskop di Indonesia karena pandemi COVID-19 juga membuat masyarakat beralih ke layanan *streaming*. Masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu untuk menonton melalui layanan streaming *Video on Demand*, karena membuat penonton tidak perlu lagi ke bioskop untuk menonton film baru, sehingga penggunaan layanan *streaming Video on*

*Demand* pun meningkat (Asih, 2020). Dengan tingginya minat masyarakat terhadap layanan *streaming Video on Demand*, tidak sedikit juga banyak layanan streaming ilegal yang tidak mendapat izin dari pemerintah. Kementerian Komunikasi dan Informasi (KOMINFO) bekerja sama dengan *Video Coalition of Indonesia* (VCI) berhasil melakukan pemblokiran 2.300 situs *streaming* film ilegal, sehingga terjadi penurunan situs *streaming* ilegal sebesar 68 persen antara bulan Agustus 2019 hingga Juni 2020 (Rura, 2020).

Layanan *streaming video on demand* dapat dinikmati dengan cara berlangganan dan membebaskan biaya kepada pelanggannya dengan berbagai harga yang berbeda tergantung dengan jenis paket masing-masing penyedia. Telkomsel Digital Advertising mengatakan bahwa konsumsi data dari platform berlangganan adalah 7,4 kali lebih tinggi dibanding platform gratis, dimana masyarakat lebih menyukai membayar suatu aplikasi berlangganan untuk menonton, dibandingkan menonton di aplikasi gratis lainnya (Winosa, 2019). Dalam survei yang dilakukan oleh Populix (2020) menyatakan bahwa ada beberapa pertimbangan utama masyarakat memilih layanan *streaming Video on Demand* yang dipilihnya, antara lain yaitu konten yang sesuai dengan kebutuhan (42%), harga yang terjangkau (30%), konten yang banyak (24%), dan tampilan layanan atau interface (4%).

Layanan *streaming Video on Demand* berbayar sudah mulai diminati oleh masyarakat Indonesia dan terus berkembang seiring dengan berkembangnya teknologi dan internet. Semakin meningkatnya layanan *streaming video on demand* berbayar diminati oleh masyarakat, banyak

perusahaan yang terjun ke industri ini berusaha berlomba agar dapat menjadi layanan *streaming* video terpopuler di Indonesia, membuat masing-masing perusahaan berusaha untuk menghadirkan diversifikasi (Eka, 2020). Indonesia sendiri sudah memiliki cukup banyak aplikasi layanan *streaming Video on Demand* berbayar dengan membeli paket langganan yang dapat dinikmati oleh masyarakat.

Menurut Dailysocial.id yang merupakan salah satu penyedia layanan informasi seputaran teknologi, dikatakan bahwa beberapa layanan *Video on demand* yang terdapat di Indonesia diantaranya seperti Netflix, Iflix, HOOQ, Google Play, Viu, Catchplay, iTunes, Tribe, dan Viki. Menurut survei yang dilakukan oleh Dailysocial yang berkerja sama dengan sebuah aplikasi survei online JakPat, di Indonesia pada saat sekarang ini sudah ada beberapa layanan *Video on demand* yang bekerjasama dengan *provider* salah satunya seperti HOOQ dan Viu bersama Telkomsel, dan juga Iflix bersama Indosat Oredo. Berikut adalah beberapa nama aplikasi yang sering digunakan oleh masyarakat di Indonesia dengan banyaknya penggunaan, jenis paket yang ditawarkan, dan harga per bulan pada tahun 2020:

**Tabel 1.1**  
**Aplikasi *Video on Demand* yang Sering Digunakan di Indonesia tahun 2020**

No.	Nama	Banyaknya Penggunaan	Paket Langganan	Harga Perbulan
1.	Netflix	31%	Ponsel	Rp54.000
			Dasar	Rp120.000
			Standar	Rp153.000
			Premium	Rp186.000
2.	Viu	17%	Beli 1, Dapat 2	Rp15.000
			Beli 2, Dapat 3	Rp20.000
3.	Vidio.com	15%	Premium Gold	Rp19.000
			Premium Platinum	Rp.29.000
4.	iFlix	12%	Monthly Plan	Rp39.000
5.	MNC Now	8%	Semua Konten	Rp30.000
6.	MAX Stream	7%	GALA 9GB	Rp69.000
			GALA 24GB	Rp99.000
			GALA 40GB	Rp149.000
7.	Genflix	3%	Gold	Rp49.000
8.	HBO Go	3%	Monthly	Rp60.000
9.	Disney+	2%	1 Bulan	Rp39.000
10.	Goplay	2%	GoPlay Access	Rp89.000

Sumber: Populix.com, (2020) Sikatabis.com (Dito, 2020), Telkomsel.com (2021), Visionplus.id (2021)

Berdasarkan Tabel 1.1, dapat dilihat bahwa aplikasi layanan *streaming* yang paling sering digunakan adalah Netflix, yaitu sebesar 31 persen. Netflix adalah layanan streaming berbasis langganan yang memungkinkan pelanggan untuk menonton acara TV dan film tanpa iklan di perangkat yang tersambung ke internet (Netflix.com, 2021). Netflix mulai meluncurkan layanan streaming pada tahun 2007 dan telah berkembang secara global ke berbagai negara dan mulai masuk ke Indonesia pada tanggal 6 Januari 2016 (Panji, 2016). Netflix mengakui Indonesia memiliki pasar yang cukup besar untuk *streaming Video on Demand* dan menjamin keamanan penayangan konten (Fitri, 2020).

Dalam hal ini menonton film merupakan salah satu bentuk hiburan yang paling banyak digemari masyarakat. Film adalah media hiburan yang terbentuk sebagai hasil dari penggunaan teknologi, yang dulunya masyarakat menikmati film melalui media seperti televisi, digital video disk, dan juga bioskop di era sekarang ini masyarakat dipermudah dengan adanya perkembangan teknologi yang memungkinkan masyarakat menonton video atau film melalui perangkat media elektronik pribadinya seperti komputer, laptop, televisi dan *mobile phone* yang tentunya terhubung ke jaringan internet.

Netflix merupakan salah satu platform penyedia jasa layanan *video on demand* berlangganan yang didirikan pada tahun 1997 di Amerika Serikat dengan jumlah lebih dari 151 juta keanggotaan berbayar di berbagai negara dunia, netflix menyuguhkan serial televisi, documenter, dan juga film panjang dari berbagai genre dan Bahasa. Para pengguna platform netflix dapat menonton kapan pun, dimana pun, dan juga sepuasnya baik dengan menggunakan *mobile phone*, laptop, atau perangkat lainya yang tersambung ke jaringan internet. Kelebihan lainya yang ada di platform netflix ialah para pengguna dapat memutar, menjeda, dan melanjutkan tayangan tanpa adanya iklan (Netflix, 2019c). Dari survei yang dilakukan oleh Cowen & Co pada tahun 2018, di negara asalnya Amerika Serikat, *platform* netflix merupakan *platform* yang paling banyak dipakai serta menjadi terpopuler dikalangan generasi milenial untuk menoton baik film, serial tv, dan lainya. Hal tersebut membuat netflix mengalahkan televisi konvensional, youtube sebagai penyedia layanan video.

*Platform layanan streaming Netflix sempat mengalami kendala di Indonesia yaitu PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) sempat melakukan pemblokiran akses Netflix di seluruh jaringan Telkom Group karena Netflix belum memenuhi regulasi yang ada di Indonesia demi melindungi konsumen dan masyarakat Indonesia. Menurut artikel oleh Vinna Wardhani melalui portal web Merdeka.com (2020) Netflix tidak memiliki izin dan memuat konten yang tidak diperbolehkan. Walaupun diblokir, Netflix Indonesia juga tetap jaga eksistensinya dengan menjalain kerja sama engan sejumlah operator lokal seperti XL Axiata, Bolt, Hutchison 3 Indonesia, dan Smartfren serta mengembangkan beberapa fitur seperti meluncurkan interface dan subtitle dalam bahasa Indonesia (Kartika & Tanjung, 2020). Penggunaan VPN banyak digunakan oleh para pengguna Telkom untuk mengakali pemblokiran Netflix tersebut (Cnnindonesia.com, 2020). Pada akhir Desember 2019, Siti Choiriana, Direktur Consumer Telkom, mengatakan bahwa sebanyak 14 persen atau sekitar 1 juta dari pelanggan indiHome pernah mencoba untuk masuk ke Netflix (Adam, 2019).*

Dapat dilihat bahwa meskipun sudah diblokir, namun antusias masyarakat untuk memutuskan menggunakan Netflix Indonesia cukup tinggi. Pada akhirnya, pada awal tahun 2020, Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan RI mulai menjalin kerjasama dengan Netflix dalam rangka menumbuhkan perfilman Indonesia (Syafina, 2020). Netflix Indonesia terus melakukan perubahan pendekatan dengan meluncurkan beberapa fitur yang sesuai untuk pasar Indonesia, sehingga akhirnya p;ada tanggal 7 Juli 2020, PT

Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) memberikan pembukaan akses untuk platform Netflix. Netflix pun menyanggupi aturan *Self Regulatory Code for Subscription Video on Demand Industry in ASEAN* yang berarti Netflix tidak akan menampilkan konten yang mengandung pornografi anak, terorisme, melanggar hak cipta, melanggar Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) dan tayangan yang mendiskreditkan kelompok masyarakat tertentu.

Menurut Kompas.com, salah satu strategi promosi yang diperkenalkan Netflix Indonesia untuk meningkatkan jumlah pelanggan adalah dengan memberikan akses gratis untuk menonton serial TV dan film di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Akses ini menyediakan film dan serial di Netflix, yang dapat masyarakat tonton tanpa berlangganan (Pertiwi, 2020). Situs ini dibuat untuk mencoba meyakinkan pelanggan mengenai kualitas layanan yang dimiliki Netflix. Sebelum ini, Netflix juga pernah melakukan promosi dengan memberikan layanan uji coba gratis selama 30 hari tanpa harus berlangganan sejak awal tahun 2020. Penghapusan uji coba gratis ini karena Netflix ingin mencari promosi pemasaran lainnya untuk menarik anggota baru (Kumparan.com, 2020). Berbagai promosi lainnya dilakukan oleh Netflix, seperti misalnya melalui sosial media. Salah satunya adalah promosi yang dilakukan Netflix Indonesia adalah dengan cara promosi lewat Instagram melalui fitur rekomendasi film langsung ke Instagram Stories (Putri, 2019).

Netflix Indonesia juga berusaha untuk menjalin hubungan yang baik dan ingin menumbuhkan kepercayaan masyarakat Indonesia. Salah satu caranya adalah dengan diadakannya workshop pada bulan Agustus 2020, yang

bekerja sama dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia, yang dihadiri oleh 300 insan perfilman lokal Indonesia, dalam rangka mewujudkan program pengembangan kapasitas kreatif insan perfilman Indonesia. Menurut Gavin Barclay, Director Post Production Netflix, pihaknya sebagai wadah atau penyalur untuk komunitas kreatif lokal, agar dapat mengemas cerita terbaik di kelasnya dan beliau sangat bersemangat dalam mengembangkan kemitraan jangka panjang dengan studio lokal Indonesia (Farisi, 2020).

Kualitas tayangan atau film yang dihadirkan oleh layanan Netflix memang lah spesial dan unik karena itulah yang mungkin membedakanya dari layanan-layanan *streaming* lain. Dari jumlah koleksi film yang ada di netflix tak heran mengatakan bahwa aplikasi *streaming online* ini menjadi pilihan teratas masyarakat untuk memenuhi keinginan akan kebutuhan hiburanya. Banyak alasan mengapa *platform* netflix begitu populer dan banyak digunakan oleh masyarakat seperti kualitas film dan series yang bagus, fitur-fitur didalamnya memudahkan pengguna. Maka tak heran terdapat beberapa mahasiswa FISIP UNTAN yang memanfaatkan kepopuleran *platform* netflix tersebut untuk mencari keuntungan dengan cara menjadi saler penjual akses aplikasi beberyar.

Dikeadaan saat ini tak heran berbagai macam produk baik barang maupun jasa menghiasi kehidupan masyarakat Indonesia dan hal tersebut juga sebagai penunjang kebutuhan masyarakat dalam menjalani kehidupanya sehari-hari. Hakikat manusia dalam membeli suatu produk barang dan jasa adalah karena faktor kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan merupakan hal

dasar untuk memenuhi keberlangsungan hidup dan konteksnya wajib terpenuhi. Sedangkan keinginan merupakan suatu bentuk pemenuhan kebutuhan yang bersifat mengikat dan atas rasa kemauan yang dirasakan, dan keinginan juga merupakan suatu hal yang tidak memiliki keharusan untuk memang harus dipenuhi.

Perkembangan teknologi yang semakin maju di era sekarang ini, menyebabkan perilaku manusia juga mengalami perubahan. Manusia sebagai makhluk sosial yang pasti memerlukan bantuan orang lain terutama dalam pemenuhan kebutuhan sehari-harinya. Terdapat 3 macam kebutuhan manusia yaitu kebutuhan primer, sekunder, tersier. Namun dikeadaan seperti sekarang ini seolah kebutuhan tersier yang bersifat hiburan lebih dominan dilakukan dan mengalahkan kebutuhan primer yang semestinya menjadi prioritas utama dalam pemenuhan kebutuhan. Keinginan akan belanja atau membeli sesuatu di era sekarang ini banyak tidak didasari oleh pertimbangan pemenuhan kebutuhan yang benar. Pergeseran fungsi yang dulunya belanja sebagai pemenuh kebutuhan hidup, sekarang berubah menjadi sebuah gaya hidup. Belanja sekarang tidak lagi menjadi sebuah pemenuh kebutuhan hidup melainkan sebagai aktualisasi diri atau menunjukkan status sosial seseorang karena belanja berarti orang tersebut memiliki materi yang lebih (Herbandi,2003). Maka dari itu jika suatu barang dan jasa yang konteks pemenuhanya hanya berdasarkan suatu keinginan dan tidak memiliki nilai sebagai suatu yang memang dibutuhkan maka akan menimbulkan perilaku konsumtif.

Adapun objek yang diteliti yaitu adalah tentang Eksistensi *Platform* Netflix Sebagai Sarana Kewirausahaan Mahasiswa FISIP UNTAN. Berdasarkan dari pengamatan peneliti mengenai objek yang diteliti, peneliti melihat *platform* netflix menjadi salah satu *platform* yang populer dikalangan mahasiswa FISIP UNTAN. Karena kepopuleran *platform* netflix tersebut beberapa mahasiswa FISIP UNTAN memanfaatkan untuk berwirausaha dengan cara menjual akses akun untuk menonton. Dari berbagai alasan mereka berwirausaha menjual akses *platform* netflix, peneliti melihat bahwa mahasiswa FISIP UNTAN melihat kepopuleran, kemudahan, serta kualitas yang dihadirkan oleh *platform* netflix sebagai alasan utama mereka berwirausaha. Dari pemaparan keadaan dilihat dilokasi, penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul “Eksistensi *Platform* Netflix Sebagai Sarana Kewirausahaan Mahasiswa FISIP UNTAN”. Dari penelitian yang akan dilakukan ini, diharapkan dapat menjawab permasalahan serta mengidentifikasi lebih rinci.

## **1.2. Identifikasi Masalah Penelitian**

- a. Faktor-faktor apa saja yang mendorong Mahasiswa FISIP UNTAN menggunakan *Platform* Netflix sebagai sarana kewirausahaan
- b. Adanya dampak-dampak yang dirasakan oleh Mahasiswa FISIP UNTAN dengan menggunakan *Platform* Netflix sebagai sarana kewirausahaan

### 1.3. Fokus Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan diatas, maka dari itu penelitian ini berfokus pada pemaparan fakta-fakta yang ada dilapangan maupun sumber-sumber refrensi. Dalam hal ini yaitu faktor apa saja yang memepengaruhi mahasiswa menjadi *platform* netflix sebagai sarana kewirausahaan, serta bagaimana dampak yang dirasakan oleh Mahasiswa FISIP UNTAN khususnya angkatan 2018 yang menjadikan *platform* netflix sebagai sarana kewirausahaan.

### 1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan apa yang sudah dijelaskan di latar belakang penelitian maka rumusan masalah yang akan dibahas yaitu, sebagai berikut :

- a. Apa saja faktor yang mempengaruhi Mahasiswa FISIP UNTAN menjadikan platform Netflix menjadi sarana kewirausahaan?
- b. Apa saja dampak yang dirasakan oleh Mahasiswa FISIP UNTAN dengan menjadikan Platform Netflix Sebagai Sarana Kewirausahaan?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah yang telah di paparkan diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor apa saja yang mendorong Mahasiswa FISIP UNTAN menjadikan Platform Netflix sebagai Sarana Kewirausahaan.
- b. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis dampak apa saja yang dirasakan oleh Mahasiswa FISIP UNTAN yang menjadikan Platform Netflix Sebagai Sarana Kewirausahaan.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Adapun yang menjadi manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan contoh dan wawasan ilmu tentang Eksistensi *Platform* Netflix Sebagai perubahan perilaku mahasiswa terkait modernisasi.
- b. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi bagi pengguna Platform Netflix dan industri *Platform* Netflix itu sendiri