

**PENGARUH PEMBATASAN INTERAKSI SOSIAL
TERHADAP PERILAKU MENONTON LAYANAN
NETFLIX DI MASA PANDEMI COVID-19 (SURVEI
PADA GENERASI MILENIAL DI JAKARTA)**

SKRIPSI

Disusun oleh :

Nama : Diffa Zalfa Nabilla

NIM : 1706015190

Peminatan : Penyiaran



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

JAKARTA, 2021

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Diffa Zalfa Nabilla
NIM : 1706015190
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Judul Skripsi : Pengaruh Pembatasan Interaksi Sosial terhadap Perilaku Menonton Layanan Netflix di Masa Pandemi Covid-19 (Survei pada Generasi Milenial di Jakarta)

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang Selatan, 10 Juli 2021

Yang Menyatakan,



Diffa Zalfa Nabilla

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Proposal : Pengaruh Pembatasan Interaksi Sosial terhadap Perilaku
Menonton Layanan Netflix di Masa Pandemi Covid-19
(Survei pada Generasi Milenial di Jakarta)

Nama : Diffa Zalfa Nabilla

NIM : 1706015190

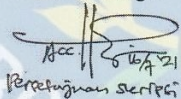
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Penyiaran

Telah diperiksa dan disetujui

Untuk mengikuti ujian skripsi oleh:

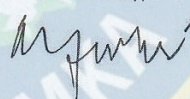
Pembimbing I



Dr. Hendri Prasetya, M.Si.

Tanggal : 16 Juli 2021

Pembimbing II



Dr. H. Syaiful Rohim, M.Si.

Tanggal : 19 Juli 2021

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

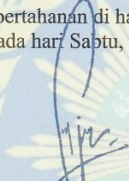
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

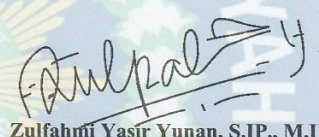
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

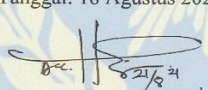
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

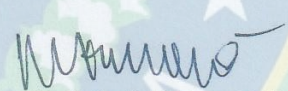
Judul Skripsi : Pengaruh Pembatasan Interaksi Sosial Terhadap Perilaku
Menonton Layanan Netflix di Masa Pandemi Covid-19
(Survei pada Generasi Milenial di Jakarta)
Nama : Diffa Zalfa Nabilla
NIM : 1706015190
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 31 Juli 2021, dan dinyatakan LULUS.


Gilang Kumari Putra, S.Sos., M.I.Kom.
Penguji I
Tanggal: 18 Agustus 2021


Zulfahmi Yasir Yunan, S.I.P., M.I.P.
Penguji II
Tanggal: 18 Agustus 2021


Dr. Hendri Prasetya, M.Si.
Pembimbing I
Tanggal: 21 Agustus 2021


Dr. H. Syaiful Rohim, M.Si.
Pembimbing II
Tanggal: 23 Agustus 2021


Mengetahui,
Dekan
Dra. Tellys Corliana, M.Hum.

ABSTRAK

Judul Skripsi : Pengaruh Pembatasan Interaksi Sosial terhadap Perilaku Menonton Layanan Netflix di Masa Pandemi Covid-19 (Survei pada Generasi Milenial di Jakarta)
Nama : Diffa Zalfa Nabilla
NIM : 1706015190
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Halaman : 106 + xlv halaman + 28 tabel + 7 gambar + 23 lampiran

Kata Kunci: Pembatasan Interaksi Sosial, Perilaku Menonton, Teori Ketergantungan Media, Netflix, Generasi Milenial

Kebijakan pembatasan interaksi sosial atau *social distancing* merupakan salah satu cara penanganan pandemi Covid-19 dengan cara mengurangi interaksi sosial dengan tetap tinggal di dalam rumah yang bertujuan untuk memutus mata rantai penularan virus corona di Indonesia. Namun, pembatasan interaksi sosial ini dapat mengakibatkan stress dan membuat masyarakat memiliki lebih banyak waktu luang. Untuk mengurangi rasa stress selama pandemi, menonton menjadi pilihan alternatif untuk menghibur diri. Netflix menjadi salah satu media yang banyak dipilih untuk *streaming* film atau serial TV di Indonesia, namun Netflix dapat menyebabkan perilaku *binge watching* atau menonton marathon. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pembatasan interaksi sosial di masa pandemi Covid-19 mempengaruhi perilaku menonton layanan Netflix pada generasi milenial di Jakarta.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dan teori ketergantungan media Melvin DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach. Penggunaan teori ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh situasi sosial yang dalam penelitian ini adalah situasi pembatasan interaksi sosial di masa pandemi Covid-19 terhadap perilaku menonton yang akan menunjukkan apakah terjadi ketergantungan dalam menggunakan media Netflix.

Pendekatan penelitian ini kuantitatif, jenis penelitian eksplanatif, metode penelitian survei dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial yang menggunakan Netflix dengan sampel sebanyak 100 responden yang dihitung dengan rumus Cochran. Sampel terdiri dari responden yang menggunakan Netflix pada masa pandemi Covid-19 setidaknya 3 bulan, menerapkan WFH atau SFH, generasi milenial (kelahiran tahun 1981-2000) dan berdomisili di Jakarta.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembatasan interaksi sosial berada pada kategori sedang cenderung tinggi dengan total skor 3.396 dan perilaku menonton berada pada kategori sedang cenderung tinggi dengan total skor 14.387. Hasil uji korelasi *parametric* menunjukkan bahwa koefisien korelasi sebesar 0,428 yang berarti tingkat keeratan sedang. Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ korelasi signifikan, artinya hipotesis diterima. Kontribusi variabel X kepada Y sebesar 18,3%, sisanya (81,7%) disumbangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Pembatasan Masalah	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Signifikansi Penelitian.....	12
1.5.1. Signifikansi Akademis	12
1.5.2. Signifikansi Metodologis	13
1.5.3. Signifikansi Praktif.....	13

1.6. Keterbatasan Penelitian	13
1.7. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II KERANGKA TEORI.....	15
2.1. Penelitian Terdahulu.....	15
2.2. Paradigma Penelitian	18
2.3. Hakekat Komunikasi	20
2.3.1. Pengertian Komunikasi.....	20
2.3.2. Fungsi Komunikasi.....	21
2.3.3. Model Komunikasi	22
2.3.4. Elemen Komunikasi	25
2.4. Penyiaran	26
2.4.1. Pengertian Penyiaran	26
2.4.2. Jenis Media Penyiaran	27
2.5. Komunikasi Massa	28
2.5.1 Pengertian Komunikasi Massa	28
2.5.2. Fungsi Komunikasi Massa.....	30
2.6. Media Baru	31
2.7. Video-on-Demand	33
2.8. Netflix.....	35
2.9. Pembatasan Interaksi Sosial	37

2.10. Perilaku Menonton	39
2.11. Generasi Milenial	41
2.12. Teori Ketergantungan Media.....	42
2.13. Hipotesis Penelitian	45
2.14. Definisi Konsep dan Definisi Operasional	46
2.14.1. Definisi Konsep	46
2.14.2. Definisi Operasional	51
2.15. Bagan Kerangka Teori.....	60
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	61
3.1. Pendekatan, Metode Penelitian, dan Jenis Penelitian.....	61
3.1.1. Pendekatan Kuantitatif	61
3.1.2. Metode Penelitian	62
3.1.3. Jenis Penelitian	62
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	63
3.2.1. Populasi Penelitian	63
3.2.2. Sampel Penelitian	64
3.3. Metode Pengumpulan Data	66
3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas	66
3.4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas (Variabel X)	67
3.4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas (Variabel Y)	69

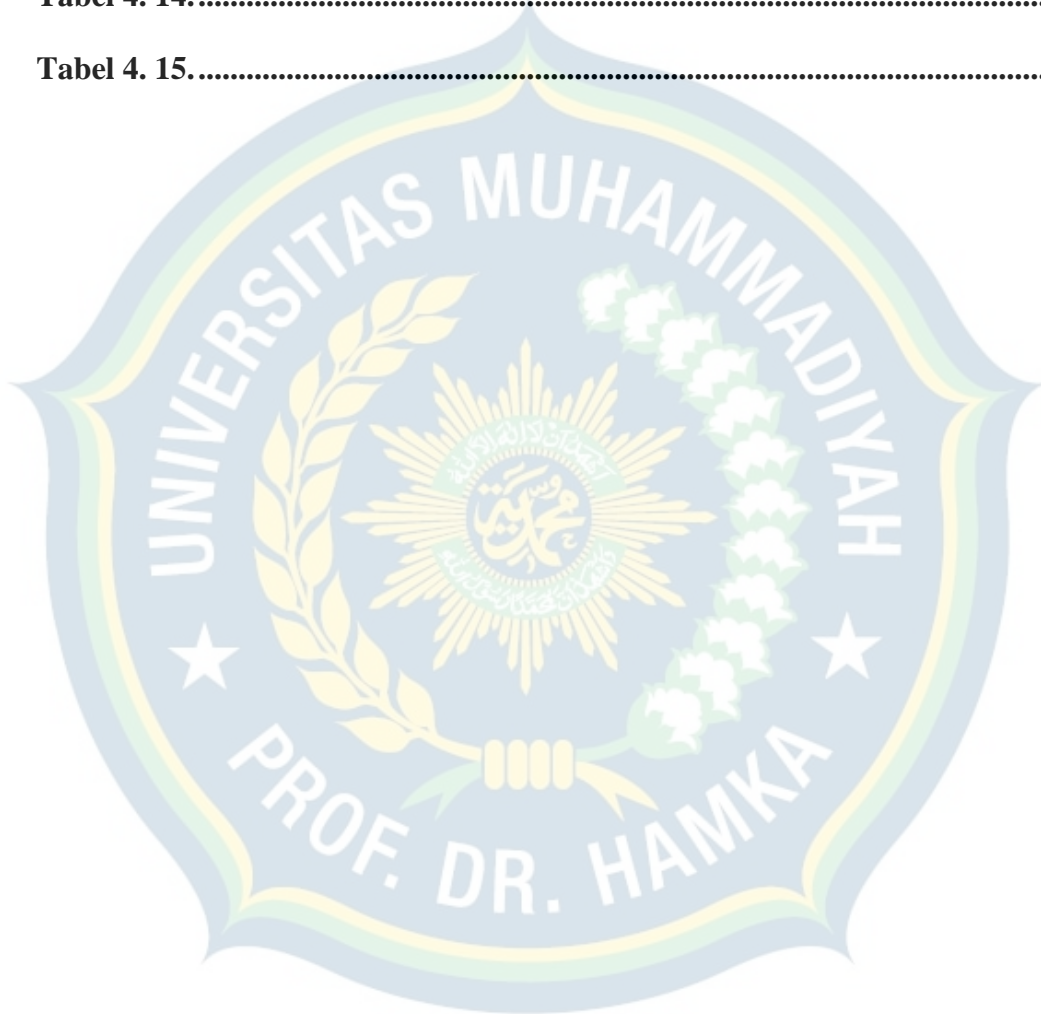
3.5. Teknik Analisis Data	73
3.6. Bagan Alur Penelitian	75
3.7. Lokasi dan Jadwal Penelitian	76
3.7.1. Lokasi Penelitian	76
3.7.2. Jadwal Penelitian	76
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	78
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	78
4.1.1. Profil Netflix.....	78
4.1.2. Logo Netflix	79
4.2. Profil Responden	80
4.2.1. Jenis Kelamin Responden.....	80
4.2.2. Tahun Lahir Responden.....	81
4.2.3. Profesi Responden	82
4.3. Hasil Penelitian.....	83
4.3.1. Uji Normalitas Variabel X.....	83
4.3.2. Pembatasan Interaksi Sosial di Masa Pandemi Covid-19	84
4.3.3. Uji Normalitas Variabel Y	87
4.3.4. Perilaku Menonton Layanan Netflix pada Generasi Milenial di Jakarta.....	88
4.4. Pengujian Hipotesis	94

4.4.1. Uji Korelasi.....	94
4.4.2. Uji Regresi Linear Sederhana.....	95
4.5. Pembahasan	98
4.5.1. Pembatasan Interaksi Sosial di Masa Pandemi Covid-19 (Variabel X)	98
4.5.2. Perilaku Menonton Layanan Netflix pada Generasi Milenial di Jakarta (Variabel Y).....	100
4.5.3. Uji Hipotesis dan Regresi Variabel X dan Y.....	101
4.6. Relevansi Penelitian Terhadap Kerangka Teori	102
BAB V PENUTUP	104
5.1. Kesimpulan.....	104
5.2. Saran-saran	105
5.2.1. Saran Akademis	105
5.2.2. Saran Metodologis.....	106
5.2.3. Saran Praktis	106
DAFTAR PUSTAKA	xvii
LAMPIRAN.....	xxii
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	xlvi

DAFTAR TABEL

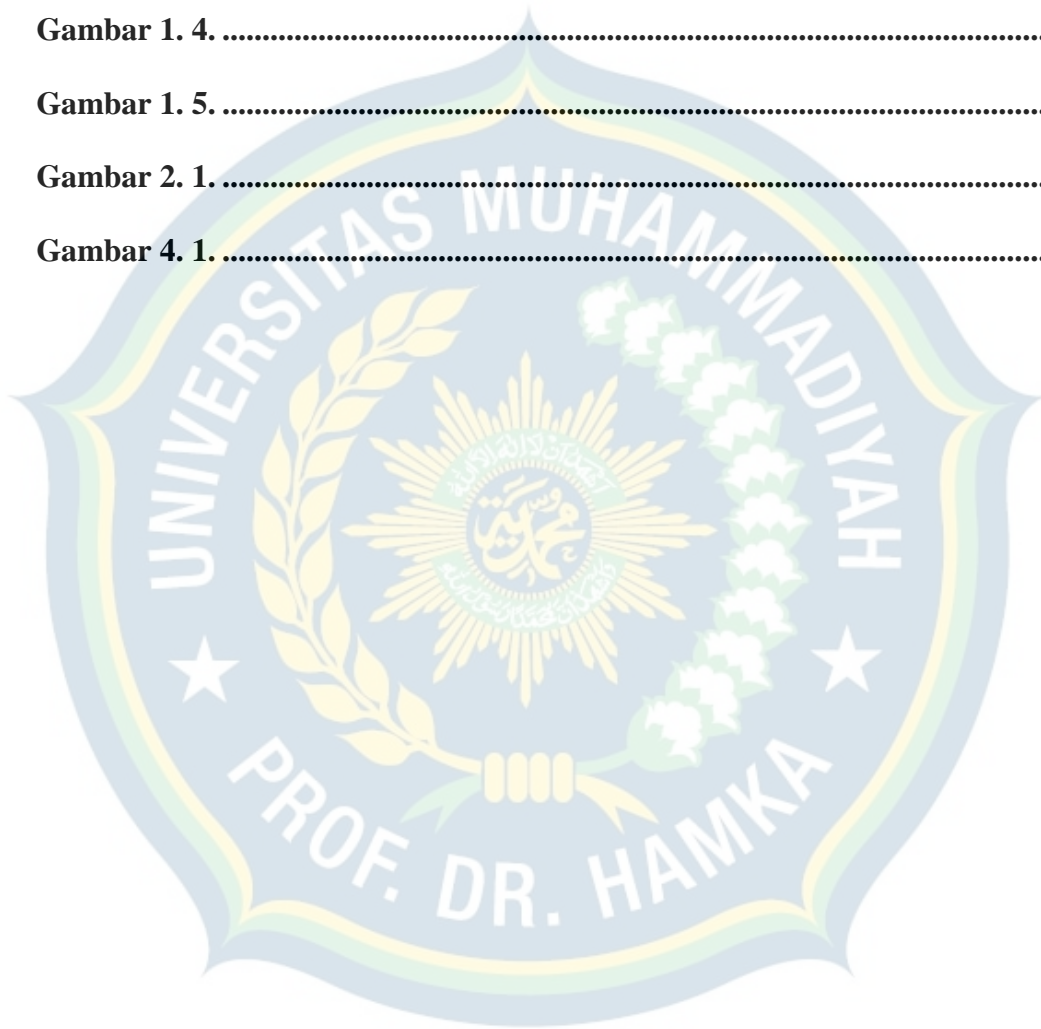
Tabel 2. 1.....	15
Tabel 2. 2.....	47
Tabel 2. 3.....	49
Tabel 2. 4.....	52
Tabel 2. 5.....	53
Tabel 2. 6.....	60
Tabel 3. 1.....	67
Tabel 3. 2.....	68
Tabel 3. 3.....	69
Tabel 3. 4.....	70
Tabel 3. 5.....	74
Tabel 3. 6.....	75
Tabel 3. 7.....	76
Tabel 4. 1.....	80
Tabel 4. 2.....	81
Tabel 4. 3.....	82
Tabel 4. 4.....	84
Tabel 4. 5.....	84
Tabel 4. 6.....	86
Tabel 4. 7.....	87
Tabel 4. 8.....	88
Tabel 4. 9.....	88

Tabel 4. 10.....	92
Tabel 4. 11.....	93
Tabel 4. 12.....	94
Tabel 4. 13.....	95
Tabel 4. 14.....	96
Tabel 4. 15.....	96



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1.	4
Gambar 1. 2.	7
Gambar 1. 3.	8
Gambar 1. 4.	10
Gambar 1. 5.	10
Gambar 2. 1.	23
Gambar 4. 1.	79



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada awal tahun 2020, dunia digemparkan oleh kasus Covid-19 (Coronavirus Disease 2019) yang disebabkan coronavirus jenis baru bernama SARS-CoV-2. Virus ini ditemukan pada Desember tahun 2019 di Wuhan, Tiongkok. Pada tanggal 11 Maret 2020, WHO (*World Health Organization*) menetapkan Covid-19 menjadi pandemi global yang dapat menyerang seluruh warga dunia. Hingga saat ini wabah Covid-19 belum juga mereda bahkan semakin meluas hingga ke-233 negara, salah satunya adalah Indonesia.¹ Covid-19 menyerang sistem pernafasan manusia melalui percikan-percikan cairan hidung atau mulut yang keluar ketika orang yang terinfeksi batuk, bersin, atau berbicara dalam jarak kurang dari dua meter.

Seseorang dapat tertular Covid-19 melalui berbagai cara, seperti menghirup percikan cairan (droplet) dari hidung atau mulut penderita; melakukan kontak jarak dekat dengan penderita; dan memegang mulut, hidung dan mata tanpa mencuci tangan setelah melakukan kontak atau memegang benda yang terkena percikan air liur penderita. Hal ini membuktikan bahwa virus Covid-19 bisa ditularkan dari satu orang ke orang lain dengan cepat dan mudah. Virus ini tidak hanya menyebabkan gangguan

¹ www.covid19.kemkes.go.id, Situasi Terkini Perkembangan Coronavirus Disease (COVID-19) 27 Januari 2021, di akses tanggal 10 Februari 2021, pukul 13.40.

ringan pada sistem pernapasan tetapi juga dapat merusak sistem kerja paru-paru, jantung, otak bahkan kematian. Karena dampaknya terhadap kesehatan dan mudahnya virus menular sehingga menyebabkan semakin luasnya wabah Covid-19, maka pemerintah negara mengimbau masyarakat untuk memutus rantai penyebaran Covid-19 di negaranya dengan melakukan pembatasan interaksi sosial, yang merujuk pada instruksi WHO.

Pembatasan interaksi sosial atau yang biasa disebut dengan *social distancing* merupakan pembatasan kegiatan atau pertemuan fisik yang melibatkan banyak orang. Kebijakan tersebut membatasi interaksi sosial pada masyarakat dengan melarang menghadiri keramaian dan mengurangi kegiatan di luar rumah, menerapkan *Work From Home* (WFH) dan *School From Home* (SFH), serta pembatasan kegiatan keagamaan, sosial budaya dan liburan di tempat umum. Pemerintah pun mengimbau masyarakat untuk mengurangi interaksi sosial dengan tetap tinggal di dalam rumah.

Di Indonesia, pembatasan interaksi sosial dilakukan dengan cara PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang telah diatur dalam Peraturan Menteri Kesehatan (Permenkes) RI Nomor 9 Tahun 2020 tentang Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease*. PSBB bertujuan untuk mencegah meluasnya penyebaran penyakit di wilayah tertentu. Wilayah yang menerapkan PSBB merupakan wilayah yang secara signifikan mengalami kenaikan jumlah kasus dan kematian yang diakibatkan Covid-19 serta memiliki kaitan epidemiologis dengan kejadian serupa di wilayah atau negara lain. Salah satu wilayah yang

menerapkan PSBB adalah DKI Jakarta. Selama masa PSBB diterapkan penutupan fasilitas umum seperti sekolah, kantor, tempat wisata, serta bioskop. Kegiatan yang biasa dilakukan secara tatap muka kini dilakukan secara daring, hal ini dilakukan untuk menghindari terjadinya kerumunan yang dapat memperluas penularan Covid-19.

Penerapan kebijakan pembatasan interaksi sosial pada masa pandemi Covid-19 telah merubah gaya hidup masyarakat. Situasi ini, membuat masyarakat lebih memilih untuk tetap tinggal di rumah dan menghabiskan waktu di ruang digital baik untuk sekolah, bekerja, berkomunikasi, belanja atau mencari hiburan. Hal ini menyebabkan terjadinya peningkatan dalam penggunaan internet.

Dalam survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di kuartal II tahun 2020 meningkat hingga 73,7% atau setara dengan 196,7 juta pengguna. Di beberapa ibukota provinsi memiliki penetrasi internet yang tinggi, seperti DKI Jakarta 85%; Bandung 82,5%; dan Surabaya 83%. Mayoritas dari pengguna mengakses internet lebih dari 8 jam dalam sehari, dengan mayoritas konten media online yang diakses pengguna adalah konten pendidikan dan laman sekolah. Sedangkan konten hiburan yang paling banyak diakses yaitu konten video *online* dengan persentase 49,3%.²

Tidak hanya menyebabkan peningkatan pengguna internet, pada masa pandemi Covid-19 juga menyebabkan terjadinya perubahan pada perilaku

² www.blog.apjii.or.id, Siaran Pers: Pengguna Internet Indonesia Hampir Tembus 200 Juta di 2019 – Q2 2020, diakses tanggal 29 April 2021, pukul 12.23.

konsumen. Nielsen Television Audience Measurement (TAM), mengatakan bahwa sejak diberlakukannya pembatasan interaksi sosial terdapat perubahan perilaku konsumen, termasuk dalam hal mengkonsumsi media. Hasil pengamatan dari Nielsen TAM menunjukkan bahwa terdapat peningkatan rata-rata kepemirsaaan TV dalam jangka waktu seminggu, dari rata-rata *rating* 12% di tanggal 11 Maret 2020 menjadi 13,8% di tanggal 18 Maret 2020 atau setara dengan penambahan 1 juta penonton TV.³

Dalam konsumsi media daring, kegiatan *streaming* video menjadi kegiatan kedua yang sering dilakukan untuk mendapatkan hiburan setelah kegiatan mengakses media sosial, dengan persentase sebesar 67% dari 966 responden (Dailysocial & Populix, 2020).



Gambar 1. 1.

Survey Dailysocial dan Populix: Aplikasi Hiburan yang Paling Banyak

Diakses pada Masa Pandemi Covid-19

(Sumber: <https://dailysocial.id>)

Pembatasan interaksi sosial memengaruhi kehidupan manusia dalam memenuhi kebutuhan akan interaksi dan komunikasi sosialnya. Masyarakat menjadi tidak bebas untuk melakukan interaksi secara tatap muka dan hanya menggunakan teknologi komunikasi seperti media sosial untuk berinteraksi.

³ www.nielsen.com, Covid-19 dan Dampaknya Pada Tren Konsumsi Media, diakses tanggal 29 April 2021, pukul 24.21.

Masyarakat pun hanya bisa melakukan kegiatan yang sama di dalam rumah sehingga dapat menimbulkan rasa bosan bahkan stress jika terjadi dalam waktu yang lama. *Lockdown* atau berdiam diri di rumah yang bertujuan untuk memutuskan rantai penularan virus corona, penutupan bisnis dan tempat-tempat berkumpul, dan pembatasan untuk berpergian dapat mengakibatkan stress dan akan berdampak buruk pada kesehatan mental dan fisik di masa mendatang (Hagger et al., 2020).

Masa pandemi Covid-19 yang membatasi kegiatan di luar juga membuat masyarakat memiliki lebih banyak waktu luang di rumah. Untuk mengurangi rasa stress dan mengisi waktu luang selama situasi pandemi, menonton menjadi salah satu pilihan alternatif untuk menghibur diri. Menurut Faith M. Sproul PhD psikolog dari Washington DC, menonton dibutuhkan pada masa-masa sulit seperti sekarang. Menonton TV, film ataupun serial drama dapat dilakukan untuk melarikan diri dari rasa takut, tertekan dan gelisah yang disebabkan oleh peristiwa Covid-19.⁴ Saat karantina di rumah merupakan kondisi yang ideal untuk melakukan aktivitas menonton baik melalui televisi maupun layanan video *streaming online* karena penggunaannya yang dapat diakses di rumah, tersedia dan terjangkau. Layanan *Video-on-Demand* pun menjadi salah satu alternatif pilihan media yang dapat digunakan di rumah.

Video-on-Demand (VOD) merupakan media audiovisual yang terbentuk dari konvergensi media, yaitu penyatuan antara televisi dan film dengan teknologi internet. VOD menyediakan berbagai jenis film dan drama serial

⁴ Suara.com, Stress saat Pandemi Corona, Coba Nonton TV dan Film Rekomendasi Psikoterapis, diakses tanggal 28 April 2021, pukul 21.44.

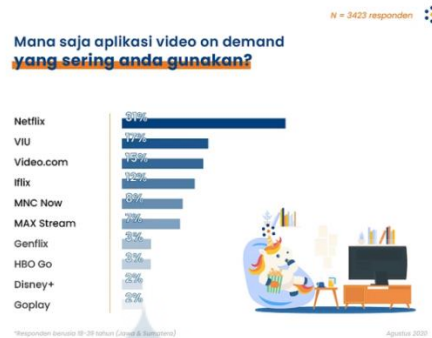
yang dapat diakses kapan pun dan dimana pun tanpa dibatasi oleh jadwal televisi. Layanan VOD memungkinkan penggunanya memilih dan mengonsumsi video dengan jadwal yang sesuai dengan keinginannya.

Heru Sutadi selaku Direktur Eksekutif *Information and Communication Technology* (ICT), mengatakan pada situasi pandemi Covid-19 layanan VOD mengalami peningkatan pengguna yang disebabkan karena terbatasnya aktivitas masyarakat yang dapat dilakukan di dalam rumah. Sehingga, VOD menjadi salah satu pilihan untuk memuaskan kebutuhan konten hiburan bagi masyarakat. Pada awal meluasnya pandemi Covid-19 bulan Maret 2020, pengguna layanan VOD di Indonesia meningkat hingga 20%. Dan pada Oktober 2020, penggunaannya terus meningkat hingga lebih dari 50%.⁵

Netflix merupakan salah satu layanan VOD yang penggunaannya meningkat pesat hingga 37 juta sepanjang tahun 2020, hingga kini Netflix memiliki pelanggan berbayar lebih dari 200 juta.⁶ Di Indonesia, layanan Netflix merupakan pemimpin pasar dengan jumlah pengguna yang mencapai 1 juta. Menurut survei Populix.co, Netflix memimpin layanan VOD dengan meraih 31% suara dari 3423 responden di daerah Jawa dan Sumatra. Hal ini membuktikan bahwa Netflix merupakan layanan VOD yang populer di Indonesia.

⁵ www.bisnis.com, Video on Demand Naik Daun, Bagaimana Kondisi di Indonesia?, diakses tanggal 11 Februari 2021, pukul 15.10.

⁶ www.kompas.com, Jumlah Pelanggan Melonjak di Tengah Pandemi, Netflix Raup Pendapatan Rp 350 Triliun, diakses tanggal 11 Februari 2021, pukul 15.50.



Gambar 1. 2.

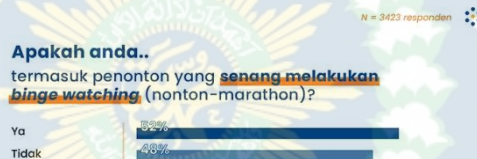
**Survey Populix Terhadap Video-on-Demand Sering Digunakan di
Indonesia**

(sumber: www.info.populix.co)

Netflix adalah layanan *streaming* film dan serial televisi tanpa iklan yang berbasis langganan perbulan (SVOD) dari Amerika Serikat. Awalnya, Netflix merupakan perusahaan yang menyewakan DVD, namun pada tahun 2007 Netflix melebarkan sayapnya pada bisnis layanan *video streaming* dan resmi masuk ke Indonesia pada tahun 2016. Netflix dapat digunakan pada *smart TV*, laptop, konsol *game*, tablet dan *smartphone* yang terhubung ke internet. Netflix memiliki berbagai konten seperti Netflix Original, serial TV, film, dokumenter pemenang penghargaan dan masih banyak lagi yang akan terus *update* dan berubah seiring berjalannya waktu. Layanan Netflix yang memiliki beragam konten audiovisual yang dapat digunakan kapan pun sesuai dengan keinginan dan jadwal penggunaanya dapat menyebabkan perilaku *binge watching*. Selain itu, layanan SVOD (*Subscription Video-on-Demand*) dapat menyebabkan perilaku *binge watching* lebih sering terjadi

karena pengguna membayar langganan per-periode yang memungkinkan pengguna menggunakan media setiap hari secara intensif (Mikos, 2016).

Dari survey yang dilakukan oleh Netflix (dalam Netflix, 2013) mendefinisikan *binge watching* sebagai aktivitas menonton dua sampai enam episode serial televisi dalam sekali duduk tanpa perasaan bersalah. Dalam situasi pandemi Covid-19 dimana interaksi sosial dibatasi dan orang-orang memiliki waktu luang dapat meningkatkan perilaku *binge watching*. Menurut penelitian Populix.co, 52% dari pengguna VOD senang melakukan *binge watching* atau menonton marathon. Hal ini terjadi karena pengguna layanan VOD dapat menikmati beragam jenis konten audiovisual dalam satu media.



Gambar 1. 3.

Survey Populix Terhadap Perilaku Binge Watching

(sumber: www.info.populix.co)

Namun, jika *binge watching* dilakukan secara terus-menerus dapat memberikan dampak buruk pada *mood*, gangguan tidur, kelelahan dan penurunan pengaturan diri (Dixit et al., 2020).

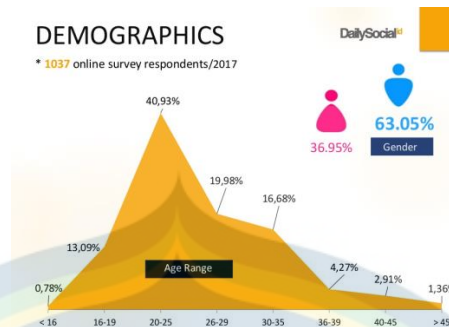
Dalam teori ketergantungan, menurut Melvin DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach, menyatakan bahwa media massa memiliki kekuatan dalam memengaruhi audiens karena adanya sifat ketergantungan audiens terhadap isi media (Morissan, 2010: 86). Ketergantungan audiens terhadap media

dapat dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu motif audiens untuk mendapat kepuasan dan ketersediaan alternatif tontonan saat terjadinya perubahan situasi sosial dan konflik. Teori ini memiliki asumsi bahwa khalayak memilih dan bergantung pada suatu media untuk memenuhi kebutuhannya, namun khalayak hanya bergantung pada satu media tidak pada semua media secara merata. Audiens yang memiliki ketergantungan terhadap suatu media maka aspek kognitif, afektif, dan perilakunya akan terpengaruh oleh media tersebut.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi ketergantungan terhadap media Netflix yang akan dilihat dari perilaku menonton penggunanya pada generasi milenial di Jakarta yang dipengaruhi oleh situasi pembatasan interaksi sosial di masa pandemi Covid-19. Menurut DeFleur dan Lowery (dalam Kusuma, 2015) perilaku menonton merupakan kebiasaan dan kegiatan menonton suatu media yang disebabkan karena adanya keinginan untuk menonton. Terdapat tiga aspek dari perilaku menonton yaitu, pilihan media atau acara, durasi dan frekuensi. Ketika kebutuhan audiens terhadap media terpenuhi maka perilaku menonton pun akan meningkat.

Responden dalam penelitian ini adalah pengguna Netflix dari generasi milenial di Jakarta. Menurut Hasanudin Ali dan Lilik Purwandi dalam buku Profil Generasi Milenial Indonesia (2018) generasi milenial merupakan seseorang yang lahir antara tahun 1981-2000. Alasan dipilihnya generasi milenial menjadi responden dalam penelitian ini dikarenakan dalam survei yang dilakukan oleh Dailysocial (2017), pengguna layanan *Video-on-*

Demand paling banyak berusia 20-25 tahun (40,93 %), 26-29 tahun (19,98 %) dan 30-35 tahun (16,68 %).

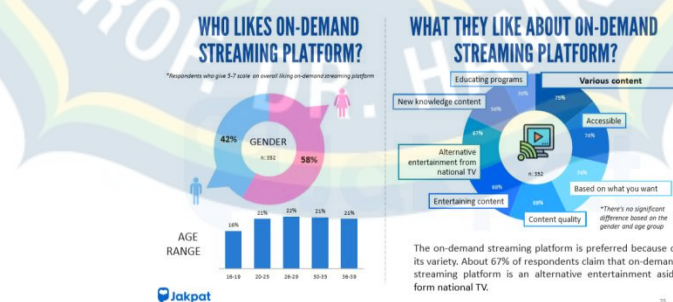


Gambar 1. 4.

Video on Demand Survey 2017

(sumber: <https://dailysocial.id>, diakses pada 1 Mei 2021, pukul 14.58)

Dalam survei yang dilakukan oleh Jakpat (2019) mengenai pilihan media audiens antara nasional tv dan konten *digital*, menunjukkan bahwa pada rentang usia 20-39 tahun mendapat persentase tertinggi yang menyukai layanan *video-on-demand*. Hal ini menandakan bahwa mayoritas pengguna layanan *video-on-demand* berasal dari generasi milenial.



Gambar 1. 5.

Would You Rather: National TV or Digital Content

(sumber: <http://jakpat.net>, diakses pada 1 Mei 2021, pukul 15.24)

Dipilihnya milenial Jakarta menjadi responden karena Jakarta merupakan salah satu kota yang menerapkan kebijakan PSBB sejak awal pandemi Covid-19 masuk ke Indonesia pada tanggal 10-23 April 2020. Menurut laporan Brandwatch mengatakan bahwa bagi responden yang tinggal di wilayah urban lebih memilih Netflix sebagai layanan video *streaming* yang dinikmati.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas maka diusulkan penelitian yang berjudul “Pengaruh Pembatasan Interaksi Sosial Terhadap Perilaku Menonton Layanan Netflix di Masa Pandemi Covid-19 (Survei pada Generasi Milenial di Jakarta)”, yang bertujuan untuk mengetahui apakah pembatasan interaksi sosial selama pandemi Covid-19 yang membuat kegiatan masyarakat terbatas di dalam rumah mempengaruhi perilaku menonton para penonton Netflix pada kalangan milenial di Jakarta.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan permasalahan penelitian ini sebagai berikut: “Apakah pembatasan interaksi sosial di masa pandemi Covid-19 mempengaruhi perilaku menonton layanan Netflix pada generasi milenial di Jakarta?”

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti membatasi masalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Pembatasan Interaksi Sosial
2. Perilaku Menonton
3. Netflix
4. Pengguna Netflix pada Generasi Milenial di Jakarta
5. Pandemi Covid-19

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pembatasan interaksi sosial terhadap perilaku menonton layanan Netflix di masa pandemi Covid-19 pada generasi milenial di Jakarta.

1.5. Signifikansi Penelitian

1.5.1. Signifikansi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai implementasi Ilmu Komunikasi, khususnya terhadap Teori Komunikasi Massa dan Teori Ketergantungan Media terkait dengan faktor-faktor yang dapat menimbulkan efek media massa yaitu ketergantungan seseorang terhadap media.

1.5.2. Signifikansi Metodologis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pendekatan kuantitatif, jenis penelitian eksplanatif, metode survei, khususnya dalam penerapan kuesioner dalam memperoleh informasi dari sejumlah responden dalam suatu populasi.

1.5.3. Signifikansi Praktif

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta informasi kepada Netflix mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi ketergantungan penggunaannya dalam menggunakan Netflix. Penelitian ini juga diharapkan menjadi acuan pengguna layanan *Video-on-Demand* khususnya pengguna Netflix pada generasi milenial di Jakarta dalam melakukan aktivitas menonton agar tidak berlebihan dalam penggunaannya.

1.6. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini hanya membahas tentang pengaruh pembatasan interaksi sosial terhadap perilaku menonton layanan Netflix di masa pandemi Covid-19 pada generasi milenial di Jakarta.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran mengenai teori dan konsep-konsep yang telah dikaji dan terdiri dari 5 BAB yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini memuat tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, keterbatasan penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : KERANGKA TEORI

Dalam bab ini memuat tentang penelitian terdahulu, paradigma penelitian, hakekat komunikasi, penyiaran, komunikasi massa, teori ketergantungan media, teori-teori pendukung yang relevan, hipotesis penelitian, serta definisi konsep dan definisi operasional.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini memuat tentang pendekatan, metode, dan jenis penelitian, penentuan populasi dan sampel, metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas variabel X dan Y, teknik analisis data, lokasi, dan jadwal penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini memuat tentang deskripsi objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini memuat tentang kesimpulan dan saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdul, H. (2013). *Komunikasi Massa. Makassar: Abdul.*
- Djamal, H., & Fachruddin, A. (2011). *Dasar-Dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi* (Edisi Kedua). Kencana.
- Dr. Drs. Ido Prijana Hadi, M. S., Megawati Wahjudianata, S. S. M. M. K., & Inri Inggrit Indrayani, S. I. P. M. S. (2020). *KOMUNIKASI MASSA*. Penerbit Qiara Media. <https://books.google.co.id/books?id=MJ4MEAAAQBAJ>
- Dr. Redi Panuju, M. S. (2018). *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi: Komunikasi sebagai Kegiatan Komunikasi sebagai Ilmu*. Kencana. <https://books.google.co.id/books?id=fDa2DwAAQBAJ>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. CV Jejak (Jejak Publisher). <https://books.google.co.id/books?id=7RwREAAAQBAJ>
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertasi Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana.
- Littlejohn, W. S., & Foss, K. A. (2019). *Teori Komunikasi*. Salemba Humanika.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Salemba Humanika.
- McQuail, D., & Windahl, S. (2013). *Communication Models*. Routledge.
- Merskin, D. L. (2019). *The SAGE International Encyclopedia of Mass Media and Society*. SAGE Publications. <https://books.google.co.id/books?id=AbCcDwAAQBAJ>
- Morissan, M. A. (2013). *Teori Komunikasi Massa* (C. W. Wardhany & H. F. U (Eds.)). Penerbit Ghalia Indonesia.
- Mulyana, D. (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan*

Sosioteknologi. PT Remaja Rosdakarya.

Nugroho, C. (2020). *Cyber Society: Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi*. Kencana.

Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN SOSIAL. MEDIA SAHABAT* CENDEKIA.
<https://books.google.co.id/books?id=tretDwAAQBAJ>

Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa*. Rajawali Pers.

Prof. Dr. Khomsahrial Romli, M. S. (2017). *Komunikasi Massa*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
<https://books.google.co.id/books?id=DsRGDwAAQBAJ>

Purba, B., Gaspersz, S., Bisyri, M., Putriana, A., Hastuti, P., Sianturi, E., Yuliani, D. R., Widiastuti, A., Qayyim, I., Djalil, N. A., & others. (2020). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar*. Yayasan Kita Menulis.
<https://books.google.co.id/books?id=YkwCEAAAQBAJ>

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Alfabeta.

JURNAL

Anjarwati, D. (2014). Perilaku Khalayak Menonton Program Komedi Yuk Keep Smile Di TRANSTV (Studi Deskriptif di Kelurahan Sungai Pinang Dalam Kecamatan Samarinda Utara, Kota Samarinda). *Ejournal.Ilkom.Fisip-Unmul.Ac.Id*, 3(2), 279–293.

Dani, J. A., & Mediantara, Y. (2020). Covid-19 dan Perubahan Komunikasi Sosial. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 94–102.
<https://doi.org/10.30596/persepsi.v3i1.4510>

Dixit, A., Marthoenis, M., Arafat, S. Y., Sharma, P., & Kar, S. K. (2020). Binge Watching Behaviour During COVID 19 Pandemic: A Cross-sectional, Cross-national Online Survey. *Psychiatry Research*, 289, 11308(January).
<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.1016%2Fj.psychres.2020.113089>

Hagger, M. S., Keech, J. J., & Hamilton, K. (2020). Managing stress during the coronavirus disease 2019 pandemic and beyond: Reappraisal and mindset approaches. *Stress and Health*, 36(3), 396–401.
<https://doi.org/10.1002/smi.2969>

Herdiana, D. (2020). Social Distancing: Indonesian Policy Reponse To the Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). *Jurnal Ilmu Administrasi: Media*

Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi, 17(1), 93–110.
<https://doi.org/10.31113/jia.v17i1.555>

Kresna, A., & Ahyar, J. (2020). Pengaruh Physical Distancing dan Social Distancing Terhadap kesehatan dalam Pendekatan Linguistik. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(4), 14–19.
<https://doi.org/https://doi.org/10.46799/%25J.Vol1.Iss4.42>

Kusuma, N. (2015). *Viewing Behavior and Farmer ' s Satisfaction of " Merajut Asa " in TV Trans7*. 11(1).

Libriani, E. I., Ruliana, P., & Yulianto, K. (2020). Pengaruh Motivasi Binge Watching terhadap Behavioral Involvement. *Warta ISKI*, 3(02), 144–153.
<https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i02.71>

Mikos, L. (2016). Digital media platforms and the use of TV content: Binge watching and video-on-demand in germany. *Media and Communication*, 4(3A), 154–161. <https://doi.org/10.17645/mac.v4i3.542>

Pradsmadji, S. I., & Irwansyah, I. (2019). Pengalaman dan Pandangan Khalayak Pegiat Sinema Non-Produksi Terkait Teknologi 3D Sebagai Pendukung Saluran Komunikasi Film. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 141.
<https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.4060>

Rahayu, N. T. (2010). Tayangan Hiburan Tv Dan Penerimaan Budaya Pop. *Scriptura*, 3(1), 24–36. <https://doi.org/10.9744/scriptura.3.1.24-35>

Rumyeni, Lubis, E. E. &, & Rimayanti, N. (2017). Ketergantungan Media Online Di Kalangan Mahasiswa Universitas Riau. *Jurna Komunikasi Dan Bisnis*, 3(1), 25–51. <http://www.jurnal.stiks-tarakanita.ac.id/index.php/JIK/article/view/143>

INTERNET

Apa Arti Social Distancing? Berikut Penjelasan Lengkap Profesor Wiku Adisasmito. (2020). Jpnn.Com. <https://www.jpnn.com/news/apa-arti-social-distancing-berikut-penjelasan-lengkap-profesor-wiku-adisasmito?page=2>

Apa itu Netflix? (n.d.). Netflix.Com. Retrieved March 3, 2021, from <https://help.netflix.com/en/node/412>

Apakah "Social Distancing" Itu? (2020). Padk.Kemkes.Go.Id. <http://www.padk.kemkes.go.id/health/read/2020/03/19/15/apakah-social-distancing-itu.html>

- APJII, B. (2020). *Siaran Pers: Pengguna Internet Indonesia Hampir Tembus 200 Juta di 2019 – Q2 2020*. Blog.Apjii.or.Id. <https://blog.apjii.or.id/index.php/2020/11/09/siaran-pers-pengguna-internet-indonesia-hampir-tembus-200-juta-di-2019-q2-2020/>
- Coronavirus Disease 2019 (COVID-19): Situation Report, 94*. (2020). Who.Int. <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200423-sitrep-94-covid-19.pdf>
- Covid-19 dan Dampaknya Pada Tren Konsumsi Media*. (2020). Nielsen.Com. <https://www.nielsen.com/id/id/press-releases/2020/covid-19-dan-dampaknya-pada-tren-konsumsi-media/>
- Fauzia, M. (2021). *Jumlah Pelanggan Melonjak di Tengah Pandemi, Netflix Raup Pendapatan Rp 350 Triliun*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2021/01/20/165327826/jumlah-pelanggan-melonjak-di-tengah-pandemi-netflix-raup-pendapatan-rp-350>
- Fenomena Binge Watching dan Persaingan Sengit layanan video on demand di Indonesia*. (2020). Populix.co. <https://www.info.populix.co/post/fenomena-binge-watching-dan-persaingan-sengit-layanan-video-on-demand-di-indonesia>
- Hadyan, R. (2020). *Video on Demand Naik Daun, Bagaimana Kondisi di Indonesia*. Bisnis.Com. <https://teknologi.bisnis.com/read/20201003/84/1300143/video-on-demand-naik-daun-bagaimana-kondisi-di-indonesia>
- Nabila, M. (2020). *Menengok Sederet Aplikasi Hiburan Terpopuler Selama Pandemi*. Dailysocial.Id. <https://dailysocial.id/post/menengok-sederet-aplikasi-hiburan-terpopuler-selama-pandemi>
- Nainggolan, E. U. (2020). *New Normal: Mencari Titik Equilibrium Pencegahan Covid-19 dan Aktivitas Sosial/Ekonomi*. Djkn.Kemenkeu.Go.Id. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-kalbar/baca-artikel/13244/New-Normal-Mencari-Titik-Equilibrium-Pencegahan-Covid-19-dan-Aktivitas-SosialEkonomi.html>
- Netflix Declares Binge Watching is the New Normal*. (2013). Prnewswire.Com. <https://www.prnewswire.com/news-releases/netflix-declares-binge-watching-is-the-new-normal-235713431.html>
- Pedoman Penanganan Cepatn Medis dan Kesehatan Masyarakat COVID-19 di Indonesia*. (2021). Covid19.Go.Id.
- Rahmawati, Y., & Nofiana, F. (2020). *Stres saat Pandemi Corona, Coba Nonton TV dan Film Rekomendasi Psikoterapis*. Suara.Com.

<https://www.suara.com/health/2020/04/15/153121/stres-saat-pandemi-corona-coba-nonton-tv-dan-film-rekomendasi-psikoterapis?page=all>

Riset Menjawab Mengapa Kita Bisa Ketagihan Menonton Netflix. (2020). Theconversation.Com. <https://theconversation.com/riset-menjawab-mengapa-kita-bisa-ketagihan-menonton-netflix-131675>

Situasi Terkini Perkembangan Coronavirus Disease (COVID-19) 27 Januari 2021. (2021). Infeksiemerging.Kemkes.Go.Id. <https://infeksiemerging.kemkes.go.id/situasi-infeksi-emerging/situasi-terkini-perkembangan-coronavirus-disease-covid-19-27-januari-2021#>

What Indonesian Viewers Say About National TV and Digital Content? - JAKPAT Survey Report - JAKPAT. (n.d.). Retrieved August 31, 2021, from <https://blog.jakpat.net/what-indonesian-viewers-say-about-national-tv-and-digital-content-jakpat-survey-report/>

Zebua, F. (2017). *Laporan DailySocial: Survei Video on Demand 2017.* Dailysocial.Id. <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-survei-video-on-demand-2017>

