

**ANALISIS PERILAKU *BINGE-WATCHING*  
PENGGUNA NETFLIX**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**DALFA LAILA SUROYA**

**1161003184**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**


**2020**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri dan semua sumber, baik yang menjadi referensi maupun yang diikuti saya nyatakan benar

Nama : Dalfa Laila Suroya

NIM : 1161003184

Tanda Tangan : 

Tanggal : 19 September 2020

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Dalfa Laila Suroya

NIM : 1161003184

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul : Analisis Perilaku Binge-watching Pengguna Netflix


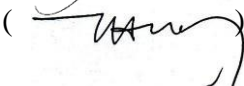

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing : Dr. Dessy Kania, B.A., M.A.

Penguji I : Suharyanti, M.S.M

Penguji II : Ranga Wisesa, M.Si

()  
()  
()

Ditetapkan di : Universitas Bakrie, Jakarta

Pada Tanggal : 19 September 2020

## KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas berkah, rahmat, dan karunia-Nya yang melancarkan proses penulisan ilmiah penulis. Penelitian yang berjudul "Analisis Perilaku Binge-watching Pengguna Media Video On Demand Netflix" disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan dan mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Dibalik penulisan skripsi ini ada berbagai pihak yang terlibat dan mendukung penulis. Berbagai dukungan dalam berbagai bentuk, baik waktu, saran, ilmu yang dibagi, sangatlah berarti bagi penulis.

Oleh karena itu, penulis ingin bersyukur dan berterima kasih, karena dengan kehadiran dan kontribusi merekalah penulisan ini dapat terselesaikan. Terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.
2. Ibu Dr. Dessy Kania, B.A., M.A. selaku pembimbing skripsi, atas perhatian, masukan, dan dukungan yang luar biasa. Sosok pembimbing yang mendukung penuh untuk menekuni hal yang digemari, tidak membatasi, dan peduli terhadap anak bimbingannya.
3. Kak Monica selaku asisten dosen yang penyabar, memberi dukungan mental dan masukan yang bermanfaat bagi penulis.
4. Kedua orang tua penulis yang telah mendukung kelancaran penulisan skripsi dengan doa-doa, dukungan moral, juga fasilitas yang disediakan untuk memudahkan penulis.
5. Teman-teman terdekat penulis; Hana Fania Fajriani, Andri Rahayu, Istighotsyah yang dengan kehadirannya memberi semangat dan menenangkan satu sama lain bahwa tidak ada hal yang tidak bisa dilalui.
6. Untuk Putri Nadya Dwifajri dan Ghea Rahmatika yang saling mendukung satu sama lain, menemani tiap letih-senang perkuliahan, juga Ryzka Ananda yang menjadi teman memutar otak di saat rasanya sudah berada di ujung jalan dan entah mau ke

mana, tapi akhirnya berhasil terus melangkah. Semoga kita semua berhasil mencapai tujuan!

7. Teman-teman Ilmu Komunikasi khususnya peminatan Komunikasi Pemasaran Angkatan 2016, terima kasih sudah berjuang bersama-sama.
8. Narasumber yang terlibat dalam penelitian, atas kontribusi dan waktunya. Tanpa *insight* dari narasumber penelitian ini tidak akan berjalan.

Karena dukungan, kontribusi, dan kebaikan dari semua pihak yang terlibat, penelitian penulis dapat terlaksana. Penulis sadar bahwa ini semua tidak akan terjadi tanpa bantuan dari berbagai pihak yang telah disebutkan di atas, oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, semoga segala kebaikan berbalik kepada mereka semua.

Jakarta, 19 September 2020



Dalfa Laila Suroya

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Sebagai Civitas Akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dalfa Laila Suroya  
NIM : 1161003184  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksekutif** (*non-exclusive royalty-fee rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“ANALISIS PERILAKU BINGE-WATCHING  
PENGGUNA NETFLIX”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksekutif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 19 September 2020

Yang menyatakan,



Dalfa Laila Suroya

# ANALISIS PERILAKU *BINGE-WATCHING* PENGGUNA NETFLIX

Dalfa Laila Suroya

---

## ABSTRAK

Konvergensi media memungkinkan terjadinya pergeseran cara bagaimana seseorang memenuhi kebutuhannya akan fungsi-fungsi media. *Subscription Video on Demand* banyak digunakan dan dicari saat seseorang perlu memenuhi kepuasan akan tayangan hiburan. Pengguna layanan SVoD sangat mungkin memiliki kecenderungan melakukan nonton maraton atau yang akrab disebut sebagai *binge-watching*. Netflix sebagai salah satu layanan SVoD terpopuler saat ini pun memiliki pelanggan dengan karakteristik tersebut. *Binge-watching* menjadi kegiatan yang dianggap lumrah meskipun dapat menimbulkan masalah. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana perilaku *binge-watching* pengguna Netflix dapat terbentuk. Manfaat penelitian ini adalah sebagai bahan referensi dan evaluasi untuk penelitian yang akan datang terkait dengan perilaku *binge-watching*. Teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian adalah komunikasi massa, budaya populer, perilaku konsumen, dan *binge-watching* dengan lima motif yang mendasari perilaku tersebut yaitu; *enjoyment*, *efficiency*, *recommendation of others*, *perceived control*, dan *fandom*. Penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode penelitian etnografi. Sumber data utama yang digunakan dalam penelitian berasal dari wawancara mendalam para narasumber yang merupakan pengguna Netflix dengan perilaku *binge-watching*. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari observasi dan studi pustaka. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa ada banyak faktor dan motif yang mempengaruhi terbentuknya perilaku *binge-watching*. Bahkan, Netflix sendiri pun dapat mendorong terciptanya perilaku tersebut. Faktor dan motif yang lebih besar membentuk perilaku *binge-watching* datang dari segi sosial dan *enjoyment*. Untuk penelitian selanjutnya dapat mengeksplor faktor dan motif lain yang dapat membentuk perilaku *binge-watching* karena dapat sangat beragam dan personal bagi setiap pelakunya.

Kata kunci: *Binge-watching*, Perilaku Konsumen, Netflix.

***THE ANALYSIS OF BINGE-WATCHING BEHAVIOR  
OF NETFLIX USERS***

Dalfa Laila Suroya

---

***ABSTRACT***

*The convergence of the media allows shift in the way a person meets his needs for media functions. Subscription Video on Demand is widely used and sought after when someone needs to fulfill their satisfaction for entertainment shows. SVoD service users are very likely have a tendency to watch marathons or what is known as binge-watching. Netflix as one of the most popular SVoD services also has subscribers with these characteristics. Binge-watching is an activity that is considered normal although it can cause problems. This research was conducted to determine how the binge-watching behavior of Netflix users can be formed. The benefit of this research is as reference and evaluation material for future research related to binge-watching behavior. The theories and concepts used in this research are mass communication, popular culture, consumer behavior, and binge-watching with five motivations that underlie these behaviors, namely; enjoyment, efficiency, recommendation of others, perceived control, and fandom. The author uses a qualitative research approach with ethnographic research methods. The main data source used in this study comes from in-depth interviews with Netflix users who have binge-watching behavior. Meanwhile, secondary data sources were obtained from observation and literature study. Based on the research results, it was found that there are many factors and motives that influence the formation of binge-watching behavior. In fact, Netflix itself can encourage this behavior. The bigger factors and motives that shape binge-watching behavior come from the social and enjoyment aspects. For further research, we can explore other factors and motives that can shape binge-watching behavior because it can be very diverse and personal for each person.*

*Keywords: Binge-watching, Consumer Behavior, Netflix.*



**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL DAN BAGAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN</b>	
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya .....	13
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran .....	22
2.2.1 Komunikasi Massa .....	22
2.2.2 Budaya Populer .....	23
2.2.3 Perilaku Konsumen .....	24
2.2.4 Regulasi Video on Demand di Indonesia .....	27
2.2.5 Binge Watching.....	28

2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Metode Penelitian .....	32
3.2 Objek Penelitian.....	34
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.3.1 Sumber Data.....	35
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4 Definisi Konseptual dan Operasional Konsep.....	37
3.5 Teknik Analisis Data.....	39
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data .....	40
3.7 Keterbatasan Penelitian .....	40
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Subjek dan Objek Penelitian .....	41
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian .....	42
4.1.2 Gambaran Subjek Penelitian .....	44
4.1.2.1 Profil Narasumber.....	45
4.2 Hasil Penelitian .....	49
4.2.1 Perilaku Konsumen Netflix.....	49
4.2.2 Motif <i>Binge-Watching</i> .....	63
4.3 Pembahasan .....	76
4.3.1 Motif Perilaku <i>Binge-Watching</i> .....	78
4.3.2 Terbentuknya Perilaku <i>Binge-Watching</i> .....	80
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>96</b>

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>100</b>

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Statistik minat negara akan konten berbayar.....4

Gambar 1.2 Statistik jenis konten berbayar paling diminati tahun 2019.....4

Gambar 1.3 Statistik kegiatan online paling diminati tahun 2020 .....5

Gambar 1.4 Statistik kegiatan online yang diperkirakan akan berlanjut .....5

Gambar 1.5 Statistik konten yang diminati konsumen .....6

Gambar 1.6 Statistik aplikasi paling banyak diunduh tahun 2020 .....6

Gambar 1.7 Statistik aplikasi berbayar paling diminati tahun 2020.....7

Gambar 2.1 Proses terbentuknya persepsi .....25

Gambar 4.1 Daftar harga berlangganan Netflix .....49

Gambar 4.2 Daftar harga berlangganan Viu .....50

Gambar 4.3 Daftar harga berlangganan Viu .....50

Gambar 4.4 *Screenshot* tweet Delvira 1.....87

Gambar 4.5 *Screenshot* tweet Delvira 2.....88

Gambar 4.6 *Screenshot* tweet Ryzka 1 .....88

Gambar 4.7 *Screenshot* tweet Ryzka 2 .....89

Gambar 4.8 *Screenshot* fitur pada Netflix *mobile* 1 .....92

Gambar 4.9 *Screenshot* fitur pada Netflix *mobile* 2 .....92

Gambar 4.10 *Screenshot* fitur pada Netflix *mobile* 3 .....93

Gambar 4.11 *Screenshot* fitur pada Netflix *mobile* 4 .....93

Gambar 4.12 *Screenshot* fitur pada Netflix *mobile* 5 .....93

Gambar 4.13 *Screenshot* fitur pada Netflix *mobile* 6 .....94

**DAFTAR TABEL DAN BAGAN**

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya .....	18
Bagan 2.1 Kerangka Berpikir .....	31
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....	38
Tabel 4.1 Profil Narasumber .....	45