

## BAB II

### PROFIL NETFLIX, TREN SVOD DI INDONESIA, SERTA AKTIFITAS THE SWOON DI INSTAGRAM @THESWOONNETFLIX

#### 2.1 Profil Netflix

Netflix adalah salah satu perusahaan berbasis di Amerika Serikat yang menawarkan layanan *subscription video on demand* (SVOD) di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Didirikan oleh Reed Hastings dan Marc Randolph, Netflix berawal dari situs penyewaan dan penjualan DVD yang berdiri pada tahun 1998. Seiring berjalannya waktu, Netflix kemudian berkembang dengan memperkenalkan layanan *streaming*-nya pada tahun 2007 serta layanan *streaming* melalui perangkat seluler pada tahun 2010. Mulai mendunia pada 2016, layanan Netflix sendiri telah tersedia di 190 negara dengan 30 bahasa. Terus berkembang sejak saat itu, Netflix pada akhirnya mengumumkan jumlah keanggotaannya yang telah melebihi 200 juta pelanggan di seluruh dunia pada tahun 2021 (Netflix, 2021). Ditawarkan dalam beberapa paket dengan keuntungan yang berbeda serta harga yang bervariasi, layanan Netflix dapat dinikmati tanpa iklan menurut wilayahnya oleh para pelanggan. Di wilayah Indonesia, biaya berlangganan yang harus dikeluarkan oleh pelanggan mulai dari Rp54.000 - Rp186.000. Ada berbagai jenis tayangan yang disediakan oleh Netflix, seperti film dokumenter, *features film*, hingga *tv series*. Semua tayangan yang ada dapat diakses dan diunduh melalui berbagai perangkat dengan koneksi ke jaringan

internet yang menawarkan aplikasi Netflix maupun browser internet (Netflix, 2022).

## 2.2 Tren SVOD di Indonesia

SVOD atau *subscription video on demand* merupakan bentuk layanan streaming dimana para pelanggannya memilih dan mengatur sendiri tayangan yang ingin mereka tonton, tanpa iklan, serta dengan membayar biaya langganan tertentu. Layanan ini sebenarnya sudah cukup sering ditemui di Amerika pada tahun 2010. Tetapi, masuknya layanan SVOD di Indonesia sendiri lebih lambat dibandingkan di luar negeri. Sebagai pembanding, masyarakat Indonesia sendiri masih menggunakan DVD atau VCD sebagai media menonton tayangan yang mereka inginkan pada tahun 2010. Namun, pada tahun 2016, barulah layanan streaming mulai memasuki pasar Indonesia. Masuknya layanan *streaming* di Indonesia pada tahun 2016 dimulai dengan invasi global Netflix yang berhasil menyediakan layanannya di berbagai dunia termasuk di Indonesia per Januari 2016. Setelah Netflix, layanan *streaming* berbasis SVOD lainnya juga mulai masuk ke Indonesia. Pada tahun yang sama, tepatnya pada April 2016, iFlix serta Hooq mulai beroperasi di Indonesia. Dari sini, penyedia layanan SVOD terus bertambah. Sebut saja Viu yang menyusul masuk ke Indonesia pada Mei 2016 serta Prime Videos pada Desember 2016. Layanan SVOD memungkinkan pelanggannya untuk mengatur sendiri tayangan yang ingin mereka tonton. Diiringi dengan kejenuhan masyarakat pada konten yang ditayangkan oleh televisi lokal serta kurang praktisnya mencari konten

tayangan dalam bentuk CD, layanan SVOD yang mulai masuk pun disambut oleh masyarakat Indonesia (Tim CNN Indonesia, 2020).

Setelah beberapa tahun ada di Indonesia, penggunaan layanan streaming berbasis SVOD sendiri telah menjadi sebuah tren yang melekat di masyarakat. Tayangan drama Korea, konten lokal Indonesia, hingga berbagai konten dari Amerika Serikat merupakan deretan konten yang paling banyak dikonsumsi oleh para pengguna melalui berbagai layanan SVOD serta menjadi salah satu alasan pendorong mengapa pengguna memilih berlangganan pada layanan SVOD (Media Partners Asia, 2022). Jumlah pengguna layanan SVOD di Indonesia sendiri terus mengalami peningkatan. Di tahun 2017 terdapat 5,8 juta pengguna. Angka ini terus meningkat naik setiap tahunnya. Pada tahun 2018, tercatat adanya 8,1 juta pengguna SVOD di Indonesia. Bahkan di tahun 2021 sudah tercatat sebanyak 17,8 juta pengguna dan diproyeksikan akan ada 20,7 juta pengguna di tahun 2022. Angka ini kemungkinan akan terus naik hingga adanya 29,5 juta pengguna di tahun 2026 seiring melekatnya tren SVOD di masyarakat Indonesia (Statista, 2022).

### **2.3 Aktifitas The Swoon di Instagram @Theswoonnetflix**

Menyajikan sesuatu yang berbeda, Netflix pun membuat terobosan baru dengan The Swoon. The Swoon merupakan komunitas bagi para pecinta tayangan Korea Netflix di seluruh dunia. Melalui media sosial, The Swoon secara rutin membagikan konten yang berkaitan dengan berbagai tayangan Korea yang ada di Netflix. Konten-konten tersebut membahas

mulai dari alur cerita, para pemain, hingga hal-hal ikonik dari setiap tayangan. Dibungkus dalam berbagai macam bentuk konten, The Swoon berhasil menyajikan beragam informasi bagi pengikut di media sosial.

Salah satu media sosial yang dimanfaatkan oleh The Swoon adalah Instagram. Dengan nama akun @theswoonnetflix, The Swoon berhasil memiliki lebih dari 1 juta pengikut di Instagram. Tidak hanya itu, berdasarkan situs Phlanx yang merupakan situs penghitung *engagement rate* akun instagram, per tanggal 25 April 2022, akun @theswoonnetflix berhasil memiliki *engagement rate* sebesar 4,99% persen. Sedangkan berdasarkan situs yang sama, akun dengan lebih dari satu juta pengikut biasanya hanya memiliki rata-rata *engagement rate* sebesar 1,97%.

Keberhasilan The Swoon di instagram ini tidak terlepas dari berbagai informasi yang yang dibungkus dalam berbagai macam konten kreatif dan diunggah di @theswoonnetflix. Setiap hari, instagram @theswoonnetflix secara rutin mengunggah 2 – 4 konten di feeds instagram. Bahkan, ada beberapa hari di mana The Swoon mengunggah lebih dari 4 konten feeds sehari. Tentunya, ini belum termasuk beberapa konten story yang terkadang juga diunggah oleh @theswoonnetflix. Dari berbagai konten yang diunggah, semuanya memiliki kesamaan, di mana konten tersebut merupakan konten yang bisa menimbulkan interaksi dengan para pengikut. Pengikut @theswoonnetflix diajak untuk saling berbagi pendapat dan merespon sesuai dengan pemikiran mereka mengenai berbagai konten yang ada selayaknya The Swoon merupakan sebuah komunitas.



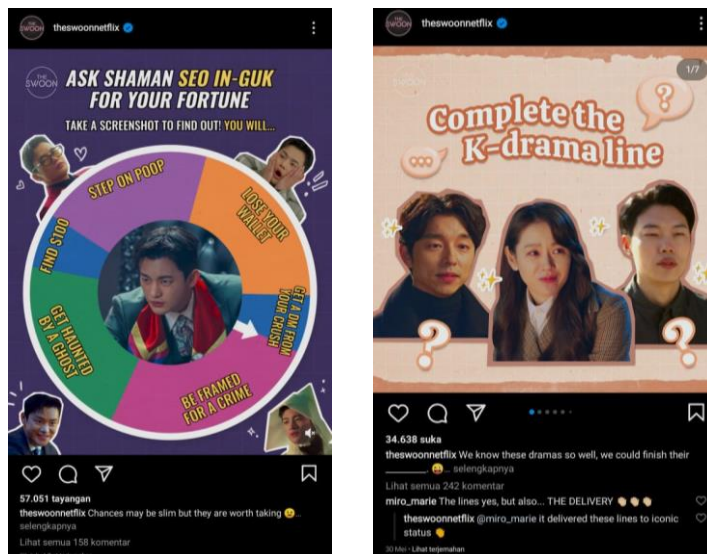
Gambar 2.1 Unggahan @theswoonnetflix berupa poster drama korea dan trailer film terbaru

Terdapat setidaknya lima jenis konten yang sering atau secara rutin diunggah oleh akun @theswoonnetflix. Konten pertama yang secara rutin ada di instagram @theswoonnetflix adalah konten berupa poster serta *trailer* tayangan Korea yang tersedia di Netflix. Konten ini merupakan bentuk pengumuman bahwa akan ada tayangan Korea baru yang tersedia di Netflix. Dengan memberitahukan sedikit alur cerita dan daftar para pemain, The Swoon mengajak para pengikutnya untuk “*streaming*” tayangan tersebut.



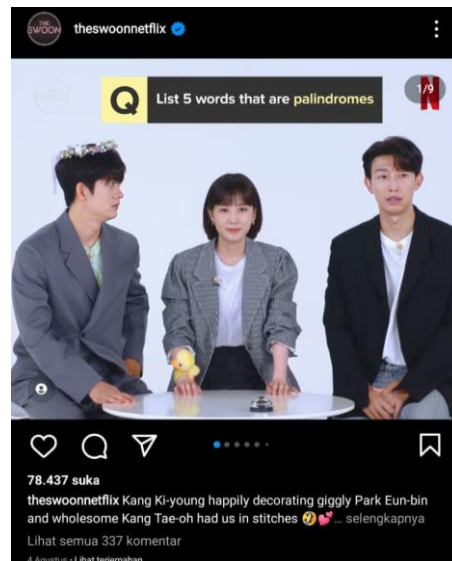
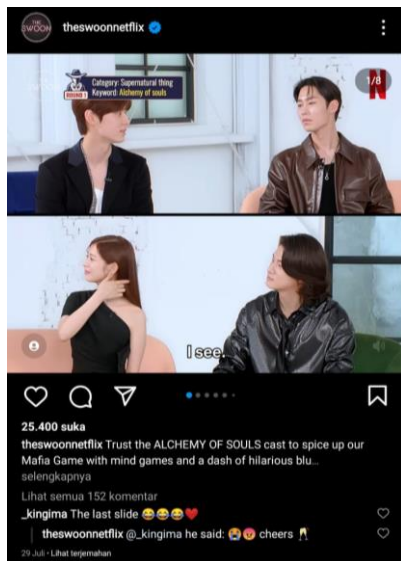
Gambar 2.2 Unggahan @theswoonnetflix berupa meme dari potongan tayangan

Selanjutnya adalah konten berupa potongan tayangan Korea Netflix. Adegan-adegan lucu, romantis, atau adegan ikonik lainnya akan dipotong dan diunggah. Tidak jarang potongan adegan tersebut akan menjadi viral dan menjadi pembicaraan bahkan hingga di luar akun instagram @theswoonnetflix. Potongan adegan yang ada juga sering dibungkus sebagai konten humor dengan dijadikan meme yang membuat para pengikut @theswoonnetflix merasa terhibur serta terkait dengan adegan yang ada.



Gambar 2.3 Unggahan @theswoonnetflix berupa game “Fortune Wheel” dan “Complete The K-Drama Line”

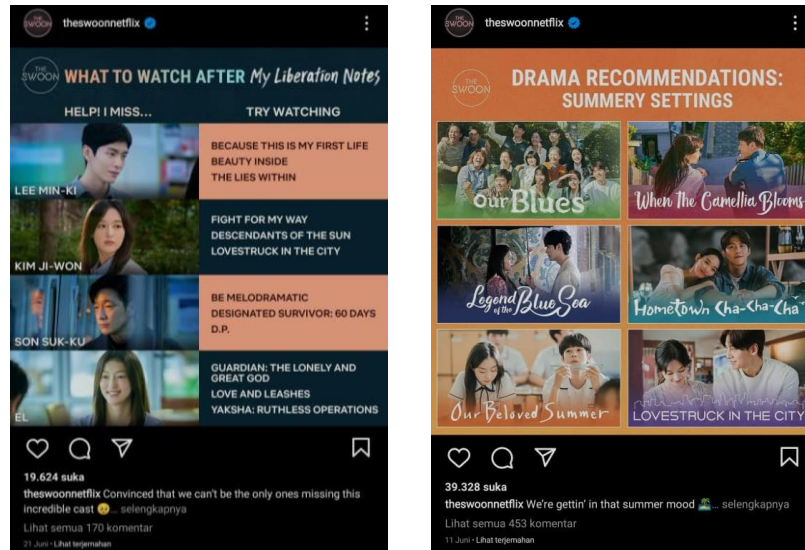
Konten ketiga yakni konten berupa game. Game yang diunggah sering kali ditambah dengan unsur humor sehingga semakin menarik perhatian. Terdapat berbagai macam game yang ada, contohnya seperti “Bingo”, “Screenshot Video”, serta “Complete the K-drama Line”. Para *followers* bisa ikut memainkan game tersebut dan menuliskan hasil ataupun jawaban dari permainan yang mereka coba pada kolom komentar. Cara ikut memainkan game yang ada pun cukup sederhana. Contohnya untuk game “Complete the K-drama Line”, para *followers* hanya perlu menebak lanjutan dari dialog pada sebuah drama Korea. Mereka kemudian hanya perlu menuliskan jawabannya di kolom komentar. Jawaban para *followers* yang ada di kolom komentar juga sering kali dibahas oleh para *followers* lainnya.



Gambar 2.4 Unggahan @theswoonnetflix yaitu konten video wawancara dengan para pemain serta rekomendasi tontonan

Untuk konten keempat sendiri berupa wawancara dengan para pemain yang sering kali diunggah dalam bentuk video. Wawancara ini biasanya khusus dilakukan dengan para pemain tayangan Korea original Netflix. Tidak hanya wawancara dengan menjawab beberapa pertanyaan yang diajukan, para pemain juga biasanya akan bermain game serta menyampaikan ajakan mereka agar para pengikut mau menonton karya mereka.

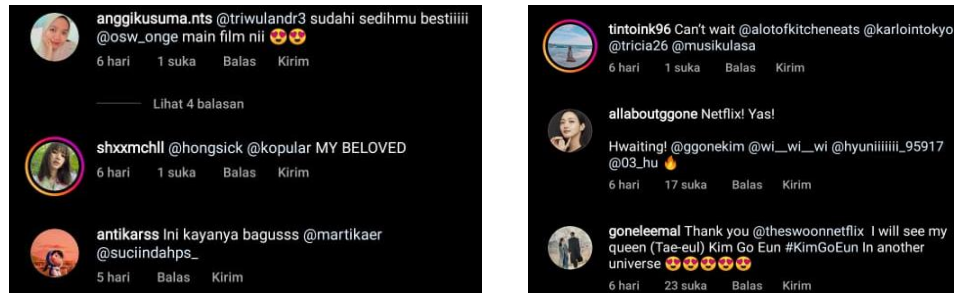




Gambar 2.5 Unggahan @theswoonnetflix berupa konten rekomendasi tontonan

Kemudian, rekomendasi tontonan menjadi konten lainnya yang secara rutin diunggah oleh The Swoon. Rekomendasi tontonan akan berisikan daftar tayangan Korea di Netflix dan sinopsis singkatnya. Dibuat berdasarkan kesamaan genre, latar, ataupun pemain, rekomendasi tontonan ini memudahkan para pengikut untuk mencari referensi tayangan di Netflix.

Dengan berbagai macam konten yang disajikan oleh The Swoon di instagram, performa @theswoonnetflix bisa dikatakan cukup baik. Setiap unggahan pada *feeds* instagram @theswoonnetflix memiliki rata-rata 58.142 like dengan 502 komentar per 25 April 2022 (Phlanx, 2022). Bahkan, terdapat beberapa unggahan yang memiliki lebih dari 100.000 *like* serta lebih dari 1.000 komentar. Hal ini menunjukkan bahwa adanya interaksi dengan para *followers* di akun @theswoonnetflix.



Gambar 2.6 Komentar *followers* @theswoonnetflix mengenai drama dan film baru yang akan tayang di Netflix

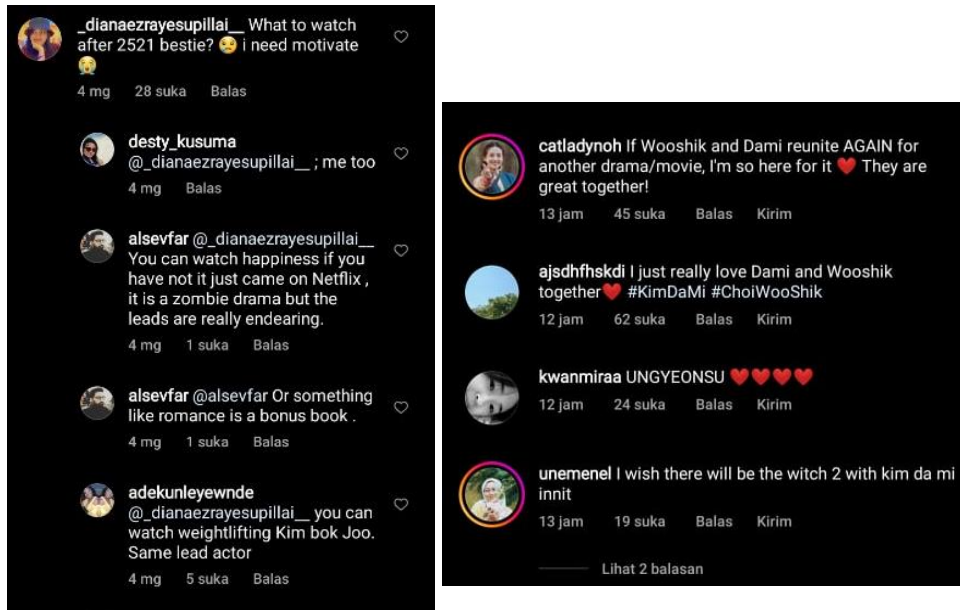
Komentar-komentar yang ditinggalkan oleh para *followers* akun @theswoonnetflix cukup beragam. Contohnya untuk konten pengumuman tayangan baru Netflix, para *followers* biasanya meninggalkan komentar yang menunjukkan antusiasme serta ketidaksabaran mereka untuk menonton tayangan tersebut. Konten mengenai pengumuman tayangan baru ini juga biasanya mendapatkan banyak like. Selain itu, untuk konten wawancara dengan para pemain sendiri biasanya *followers* meninggalkan beragam komentar, mulai dari komentar yang menunjukkan keterhiburan mereka dengan sesi wawancara yang ada hingga betapa menariknya konten wawancara tersebut.



Gambar 2.7 Komentar *followers* @theswoonnetflix yang menunjukkan keterhiburan pada unggahan video wawancara pemain.

Di kolom komentar, para *followers* juga sering membahas hal-hal mengenai pemain dan karakter yang mereka mainkan. Hal ini juga berlaku untuk konten berupa potongan tayangan Korea Netflix serta konten game. Sebagai tambahan, kolom komentar pada konten game juga biasanya dipenuhi dengan jawaban para *followers* atas game yang ada.

Berbeda dengan konten sebelumnya, pada konten berupa rekomendasi tontonan biasanya *followers* akan meninggalkan review mereka. Review ini bisa meliputi tentang alur cerita drama korea tersebut, akting para pemain, menariknya karakter yang ada, dan hal lainnya. Tidak sedikit pula review yang ditinggalkan lebih mengarah pada review positif serta rekomendasi pribadi mereka. Selain review, beberapa *followers* lain juga sering menanyakan beberapa hal terkait dengan judul yang masuk kedalam daftar rekomendasi tersebut.



Gambar 2.8 Komentar pada unggahan rekomendasi tontonan Korea Netflix

Dalam beberapa jenis konten lainnya, tidak jarang para *followers* meninggalkan komentar dengan menandai atau tag akun teman mereka. Tag ataupun menandai akun lainnya bisa dikatakan sebagai bentuk dari *share* unggahan The Swoon yang ada.



Gambar 2.9 Komentar yang menandai akun instagram lainnya di unggahan @theswonnetflix.