

## BAB III

### *Electronic Word Of Mouth Di @theswoonnetflix dan Minat Berlangganan Netflix*

Bab ini berisikan deskripsi hasil penelitian mengenai intensitas keterlibatan, daya tarik, dan valensi positif pada *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix, serta minat berlangganan Netflix. Hasil penelitian ini berasal dari kuesioner yang diisi oleh 100 responden dengan kriteria laki-laki dan perempuan yang tinggal di Indonesia, usia 18 – 44 tahun, mengikuti @theswoonnetflix di instagram, tidak pernah atau tidak sedang berlangganan Netflix, serta pernah melihat atau terlibat dalam pembicaraan mengenai Netflix dan tayangan Koreanya di akun @theswoonnetflix.

#### 3.1 Identitas Responden

##### 3.1.1 Jenis Kelamin

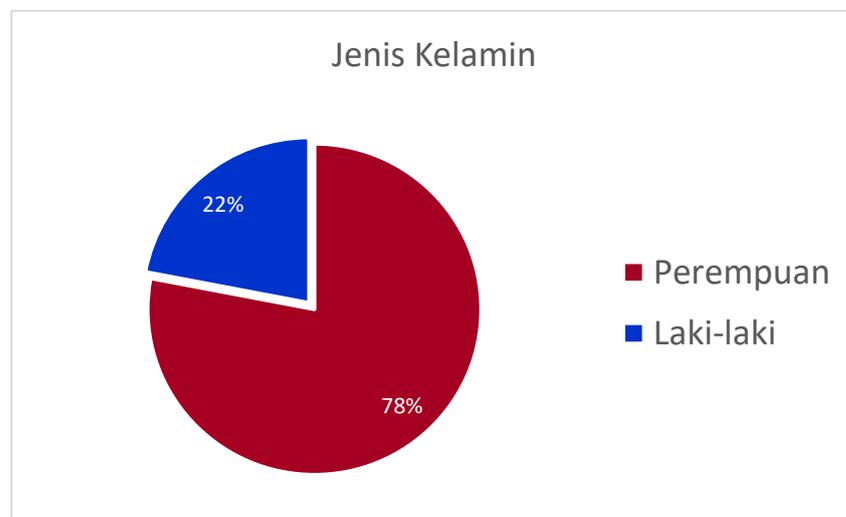


Diagram 1.1 Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang didapatkan, mayoritas responden pada penelitian ini berjenis kelamin perempuan dengan persentase sebesar 78% atau lebih dari tiga per empat responden yang ada. Sedangkan sisanya berjenis kelamin laki-laki dengan persentase sebesar 22%.

### 3.1.2 Usia

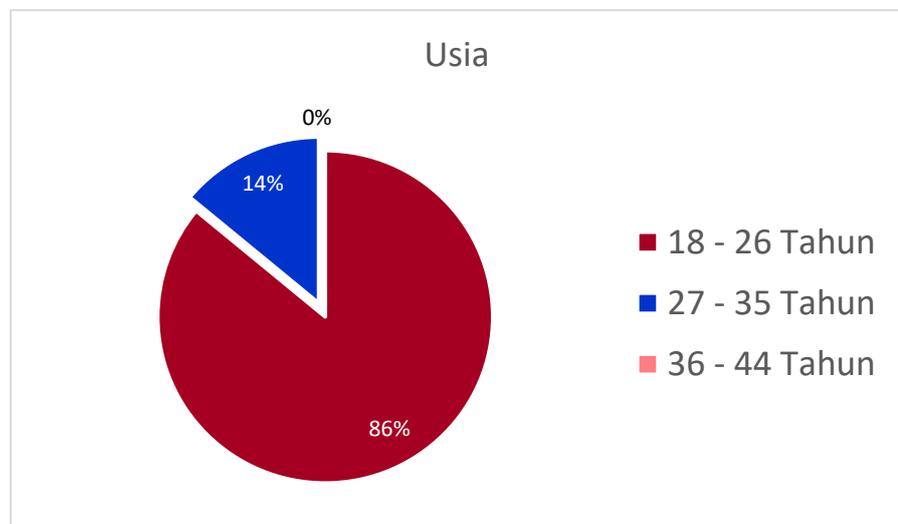


Diagram 3.2 Usia

Mayoritas responden berada pada rentang usia 18 – 26 tahun dan tidak ada responden yang berada pada rentang usia 36 – 44 tahun. Rentang usia 18 – 26 tahun sendiri adalah rentang usia yang masuk ke dalam kategori remaja akhir ataupun dewasa muda.

### 3.1.3 Domisili

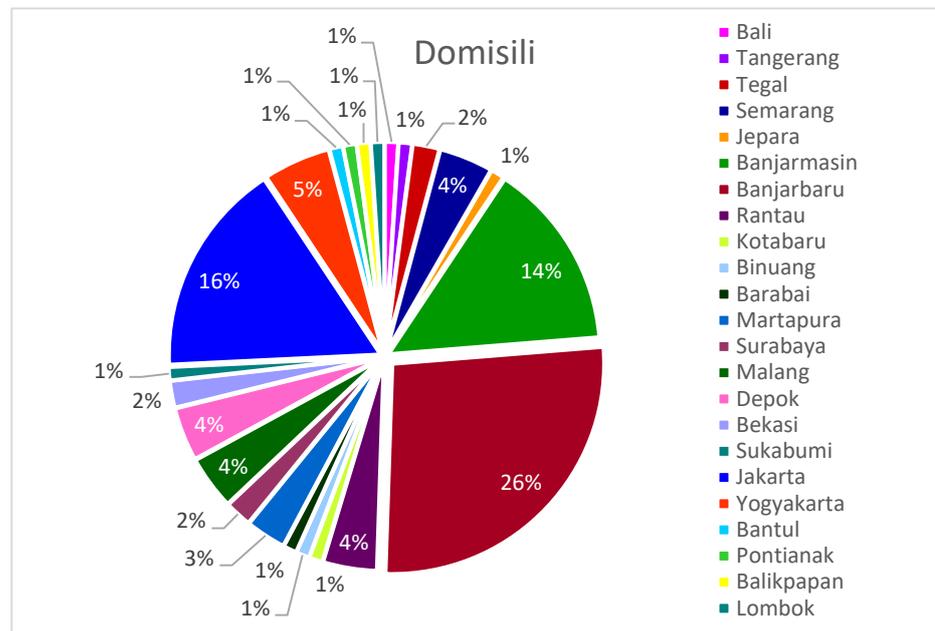


Diagram 3.3 Domisili

Responden pada penelitian ini tersebar di 23 kabupaten/kota di seluruh Indonesia. 23 kota tersebut berada di 12 provinsi berbeda. Mayoritas dari responden sendiri berasal dari Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan, dengan persentase sebesar 26%. Sedangkan, contoh beberapa daerah dengan jumlah responden paling sedikit ialah Bali, Lombok, Pontianak, Balikpapan, dan Bantul.

### 3.1.4 Pekerjaan

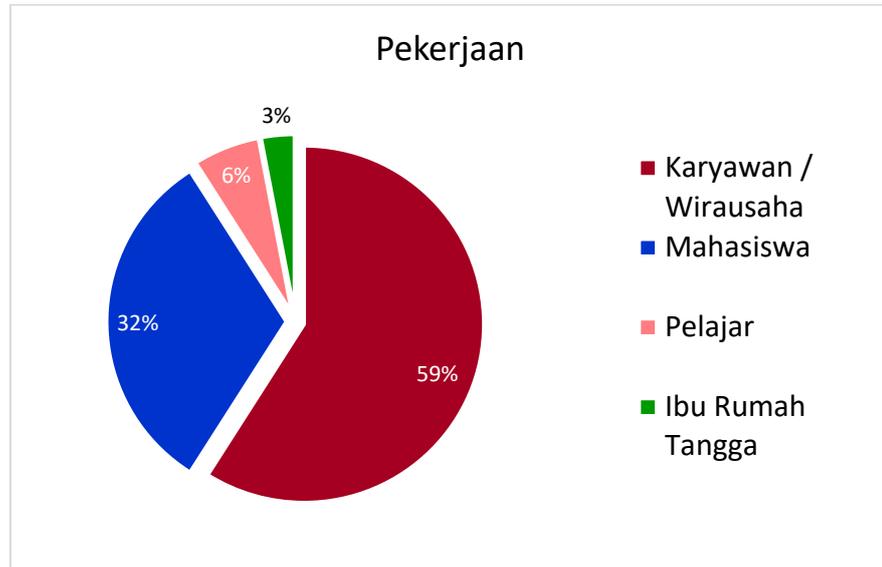


Diagram 3.4 Pekerjaan

Mayoritas responden dari penelitian ini bekerja sebagai karyawan ataupun wirausaha. Sedangkan, pekerjaan dengan jumlah responden yang paling sedikit adalah ibu rumah tangga.

### 3.1.5 Pengeluaran Per Bulan untuk Hiburan

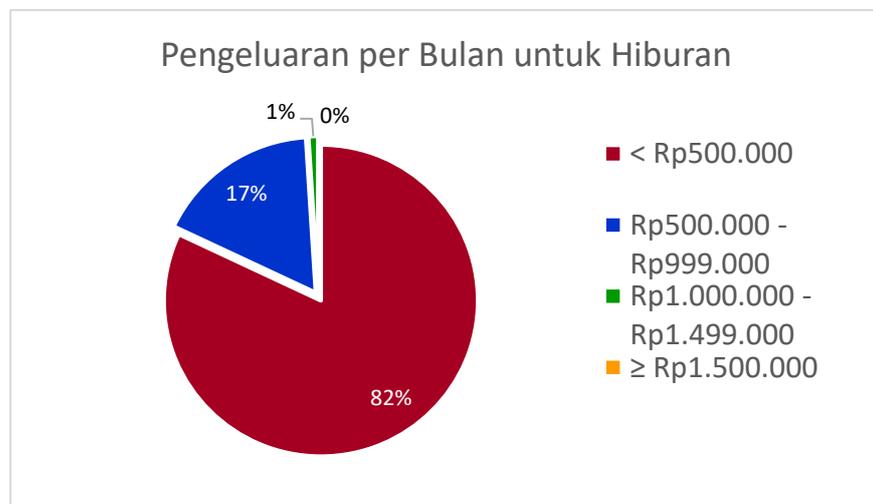


Diagram 3.5 Pengeluaran Per Bulan

Mayoritas responden memiliki pengeluaran kurang dari Rp500.000 untuk hiburan per bulannya. Selain itu, tidak ada responden yang mengalokasikan pengeluaran lebih dari sama dengan Rp1.500.000 untuk keperluan hiburan. Pengeluaran untuk hiburan di sini contohnya adalah pengeluaran untuk berlangganan aplikasi streaming film, aplikasi streaming musik, serta kegiatan hiburan lainnya.

### 3.1.6 Rentang Waktu Mengikuti Instagram @theswoonnetflix

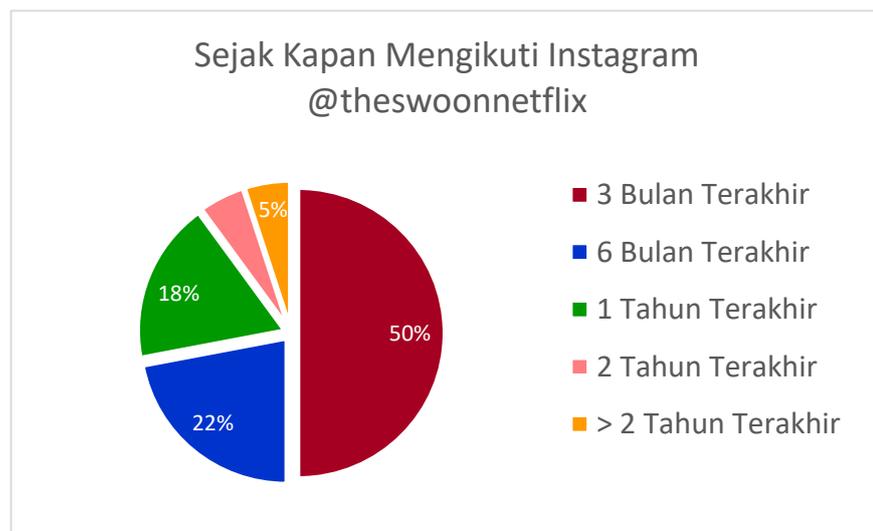


Diagram 3.6 Rentang Waktu Mengikuti Instagram @theswoonnetflix

Mayoritas responden telah mengikuti akun instagram @theswoonnetflix selama tiga bulan terakhir. Sedangkan, untuk responden yang mengikuti akun instagram @theswoonnetflix baik selama 2 tahun terakhir maupun lebih dari 2 tahun terakhir memiliki persentase yang sama.

### **3.2 *Electronic Word Of Mouth* di @theswoonnetflix**

*Electronic Word Of Mouth* di @theswoonnetflix memiliki tiga dimensi yang akan diuji, yakni intensitas keterlibatan pada *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix, daya tarik *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix, serta valensi positif *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix.

#### 3.2.1 Intensitas Keterlibatan Pada *Electronic Word Of Mouth* di @theswoonnetflix

Intensitas keterlibatan dalam *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix merupakan keadaan dimana ada keterlibatan dalam kegiatan pertukaran informasi yang terjadi di instagram @theswoonnetflix secara berulang baik berupa *share*, memberikan *like*, serta berkomentar. Intensitas keterlibatan dalam *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix dapat dilihat dari dua hal. Yang pertama adalah frekuensi responden terlibat dalam pembicaraan mengenai Netflix dan tayangan Koreanya dengan memberikan *like* ataupun komentar di @theswoonnetflix. Sedangkan yang kedua adalah frekuensi responden dalam membaca pembicaraan mengenai Netflix dan tayangan Koreanya di @theswoonnetflix.

##### 3.2.1.1 Frekuensi Responden Terlibat dalam Pembicaraan Mengenai Netflix dan Tayangan Koreanya

Frekuensi keterlibatan responden dalam pembicaraan yang ada dalam akun @theswoonnetflix di instagram memiliki bentuk aktifitas mulai dari memberikan *like*, komentar, serta *share (tag)*

akun lain di @theswoonnetflix. Terdapat empat pertanyaan yang menanyakan perihal frekuensi aktifitas responden di @theswoonnetflix.

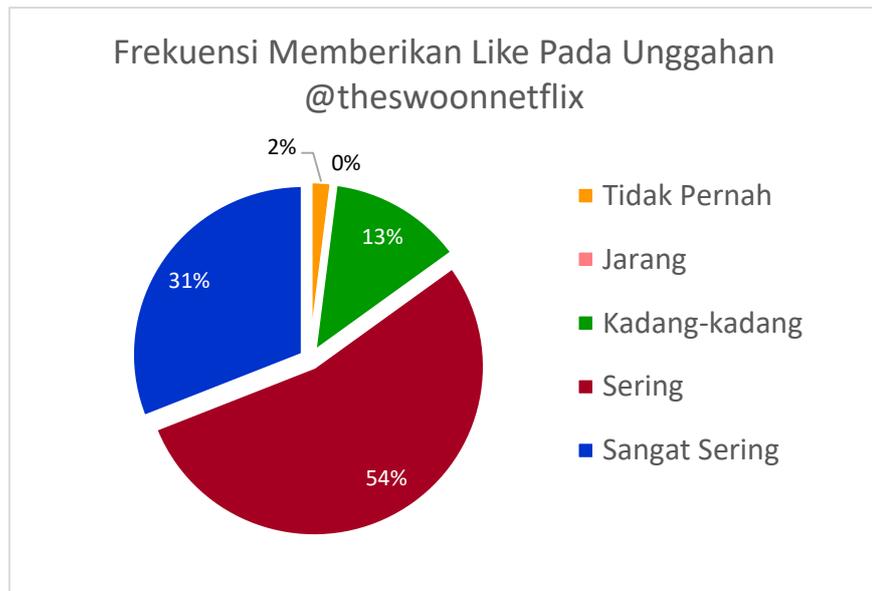


Diagram 3.7 Frekuensi Memberikan Like pada Unggahan @theswoonnetflix

Yang pertama adalah frekuensi responden dalam memberikan *like* pada unggahan @theswoonnetflix. Mayoritas dari responden sering memberikan *like* pada unggahan @theswoonnetflix. Namun ada 2% responden tidak pernah memberikan *like* pada unggahan @theswoonnetflix. Ini berarti The Swoon berhasil membagikan unggahan yang dapat disukai oleh kebanyakan *followers*-nya.

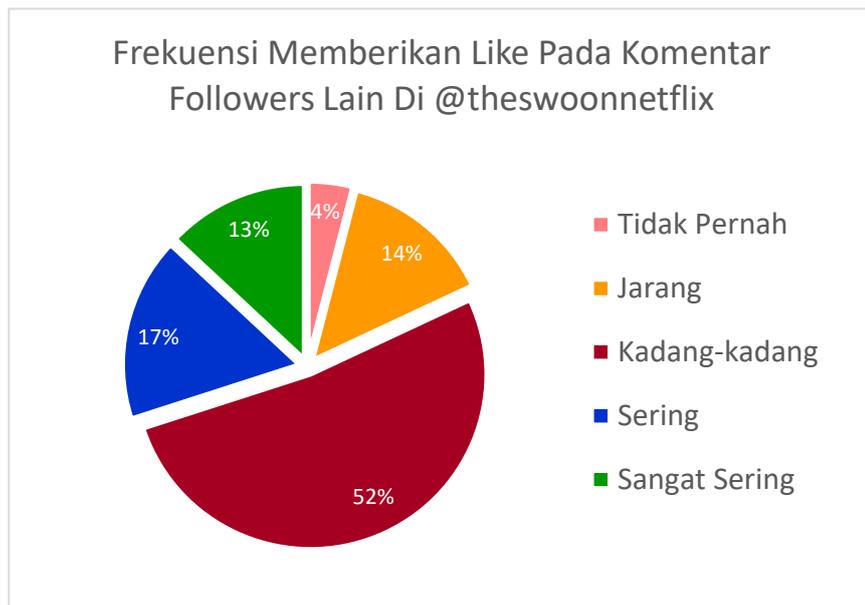


Diagram 3.8 Frekuensi Memberikan Like pada Komentar *Followers* Lain di @theswoonnetflix

Mayoritas dari responden kadang-kadang memberikan *like* pada komentar *followers* lain di @theswoonnetflix. Namun, masih ada sebagian kecil responden yang tidak pernah memberikan *like* pada komentar *followers* lain di @theswoonnetflix. Dari sini, dapat dilihat bahwa komentar yang ditinggalkan oleh *followers* The Swoon lainnya cukup disukai oleh responden.

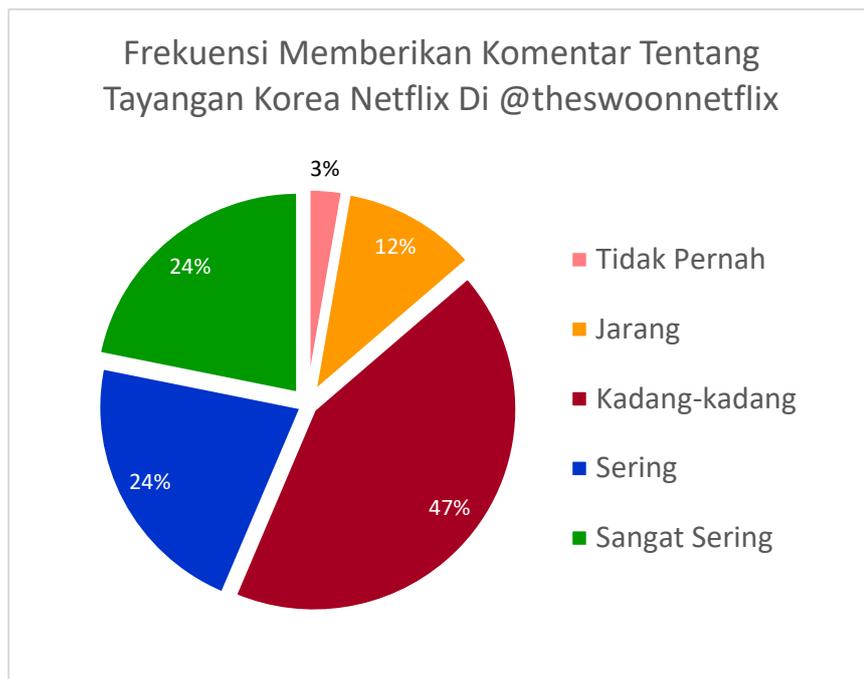


Diagram 3.9 Frekuensi Memberikan Komentar tentang Tayangan Korea di @theswoonnetflix

Kemudian, mayoritas dari responden kadang-kadang memberikan komentar tentang tayangan Korea Netflix di @theswoonnetflix. Namun, ada sebagian kecil dari responden yang tidak pernah memberikan komentar tentang tayangan Korea Netflix di @theswoonnetflix. Hasil ini menunjukkan bahwa unggahan yang dibagikan oleh The Swoon berhasil memicu responden untuk memberikan komentar.

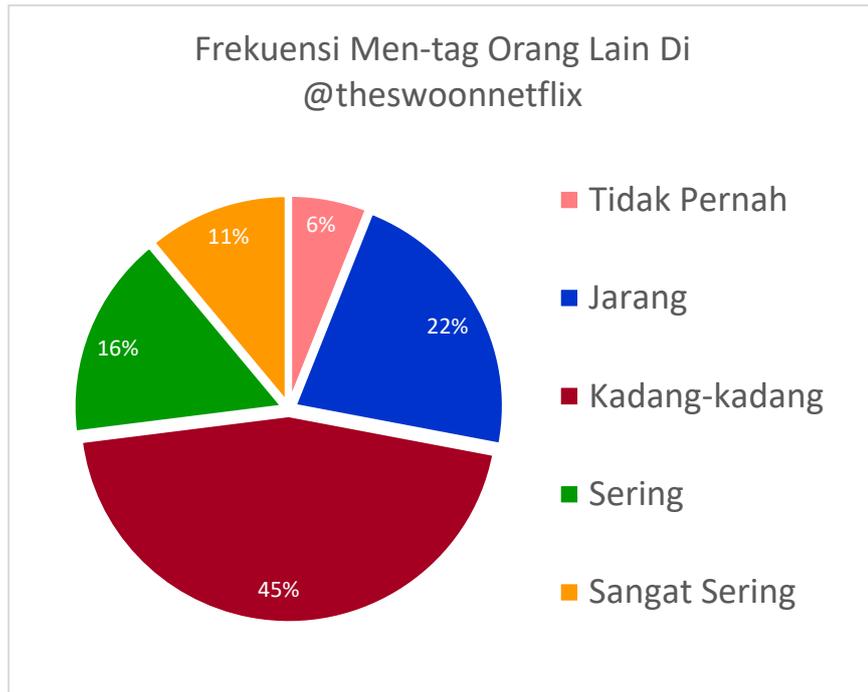


Diagram 3.10 Frekuensi Men-Tag Orang Lain di @theswoonnetflix

Yang terakhir adalah frekuensi menandai orang lain (*tag*) di @theswoonnetflix. Mayoritas dari responden kadang-kadang menandai akun orang lain (*tag*) di @theswoonnetflix. Namun, ada sebagian kecil responden yang tidak pernah menandai orang lain (*tag*) di @theswoonnetflix.

### 3.2.1.2 Frekuensi Responden Dalam Membaca Pembicaraan Mengenai Netflix dan Tayangan Koreanya di @theswoonnetflix

Terdapat dua pertanyaan untuk melihat frekuensi responden dalam membaca pembicaraan di instagram @theswoonnetflix.

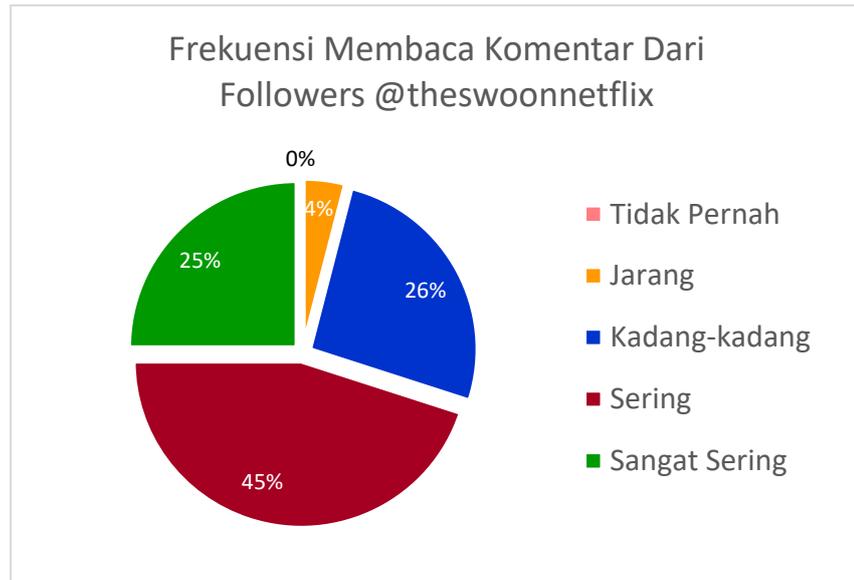


Diagram 3.11 Frekuensi Membaca Komentar dari *Followers* @theswoonnetflix

Berdasarkan data yang didapatkan, mayoritas responden atau sebesar 45% responden sering membaca komentar dari *followers* @theswoonnetflix. Bahkan, tidak ada responden yang tidak pernah membaca komentar dari *followers* @theswoonnetflix. Dari sini, kita dapat melihat bahwa komentar dari *followers* @theswoonnetflix menjadi salah satu sumber informasi bagi responden. Data ini menunjukkan bahwa informasi yang dibagikan oleh *followers* lain pada kolom komentar memang menjadi sumber informasi bagi orang lain.

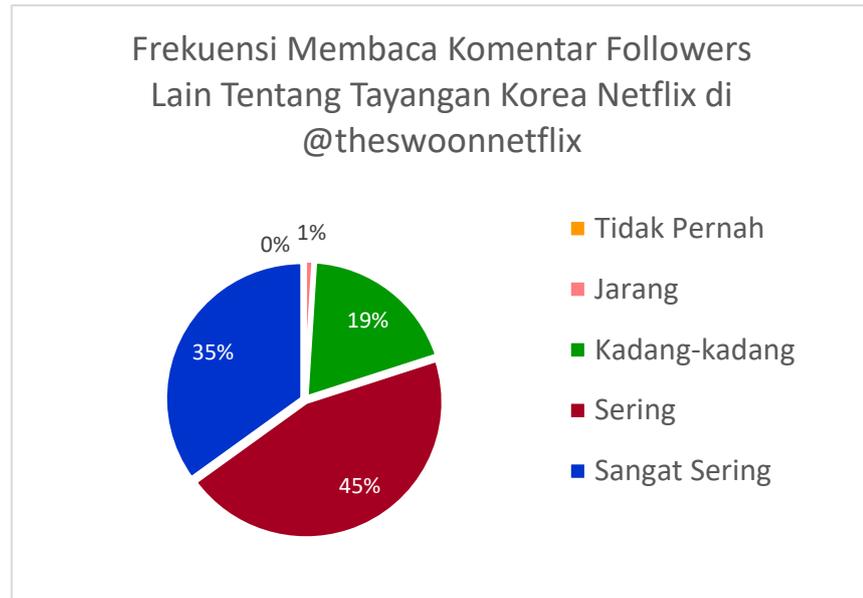


Diagram 3.12 Frekuensi Membaca Komentar *Followers* Lain tentang Tayangan Korea Netflix di @theswoonnetflix

Mayoritas responden sering membaca komentar *followers* lain tentang tayangan korea Netflix di @theswoonnetflix dan tidak ada satupun responden yang tidak pernah membaca komentar *followers* lain tentang tayangan korea Netflix di @theswoonnetflix. Hasil ini menunjukkan bahwa komentar *followers* lain khususnya yang membahas tentang tayangan korea netflix di @theswoonnetflix telah dijadikan sebagai sumber informasi bagi para responden.

### 3.2.1.3 Intensitas Keterlibatan pada *Electronic Word Of Mouth* di @theswoonnetflix

Intensitas keterlibatan pada *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix memiliki tingkatan yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Tingkatan dari variasi yang ada ditentukan sesuai dengan total skor dari enam pertanyaan yang dijawab oleh responden untuk

bagian ini. Minimal total skor dari jawaban responden adalah 6 dan maksimal skor adalah 30. Berdasarkan data penelitian yang didapatkan, hasil dari jawaban responden akan dikelompokkan sesuai total skor, yakni:

- Skor 6 – 13 menunjukkan intensitas keterlibatan pada *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix rendah.
- Skor 14 – 22 menunjukkan intensitas keterlibatan pada *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix sedang.
- Skor 23 – 30 menunjukkan intensitas keterlibatan pada *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix tinggi.

Sesuai dengan pengelompokkan total skor di atas, didapatkan hasil, yaitu:

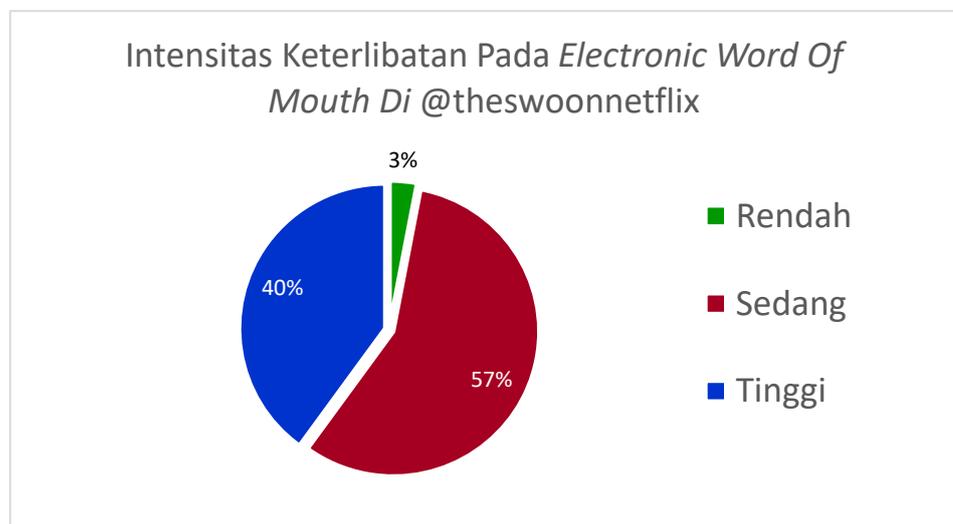


Diagram 3.13 Intensitas Keterlibatan Pada *Electronic Word Of Mouth* Di @theswoonnetflix

Mayoritas dari responden memiliki intensitas sedang dalam keterlibatan pada *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix. Sedangkan, ada sebagian kecil responden yang memiliki intensitas

keterlibatan yang rendah. Hal ini dapat dimengerti karena keterlibatan pada e-WOM di instagram memiliki banyak bentuk seperti memberi like, komen, dan *share*, di mana tidak semua bentuk keterlibatan itu dilakukan sangat sering oleh responden.

### 3.2.2 Daya Tarik *Electronic Word Of Mouth* di @theswoonnetflix

Daya tarik *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix merujuk pada daya tarik dari isi pernyataan mengenai Netflix dan tayangan Koreanya pada pertukaran informasi yang terjadi di @theswoonnetflix. Daya tarik *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix dapat dilihat dengan satu indikator, yaitu daya tarik informasi yang dipertukarkan di @theswoonnetflix terkait dengan Netflix dan tayangan Koreanya.

#### 3.2.2.1 Daya Tarik Informasi Yang Dipertukarkan di @theswoonnetflix Terkait dengan Netflix dan Tayangan Koreanya

Terdapat lima pertanyaan yang berguna untuk melihat daya tarik dari informasi yang dipertukarkan atau komentar yang ada di @theswoonnetflix terkait dengan Netflix dan tayangan Koreanya. Hal-hal terkait Netflix dan tayangan Koreanya itu seperti konten humor yang diunggah @theswoonnetflix, alur cerita, karakter, dan pemain tayangan Korea Netflix, hingga mengenai rekomendasi tayangan Netflix.

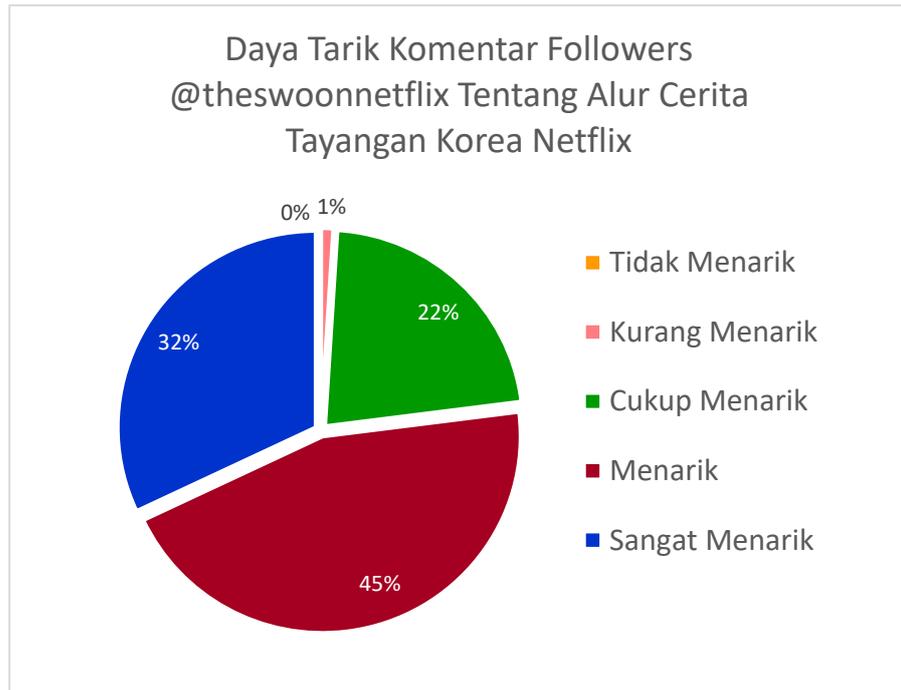


Diagram 3.14 Daya Tarik Komentar *Followers* @theswoonnetflix Tentang Alur  
 Cerita Tayangan Korea Netflix

Pertanyaan yang pertama adalah daya tarik komentar *followers* @theswoonnetflix tentang alur cerita tayangan Korea Netflix. Mayoritas responden menjawab bahwa komentar *followers* @theswoonnetflix tentang alur cerita tayangan Korea Netflix menarik dan tidak ada responden yang beranggapan tidak menarik.

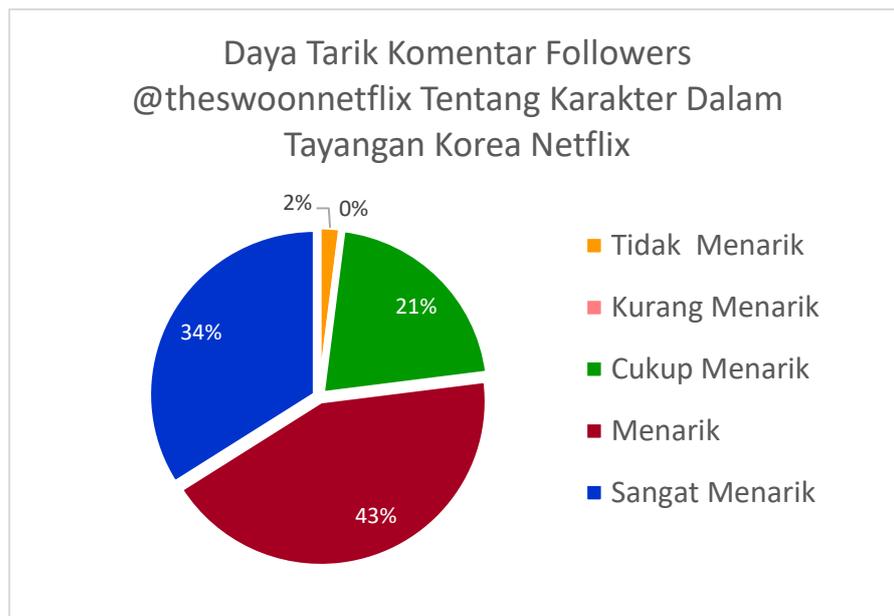


Diagram 3.15 Daya Tarik Komentar *Followers* @theswoonnetflix Tentang Karakter Dalam Tayangan Korea Netflix

Walaupun 2% responden beranggapan bahwa komentar *followers* @theswoonnetflix tentang karakter dalam tayangan Korea Netflix tidak menarik, namun 98% responden menunjukkan ketertarikannya atas komentar *followers* @theswoonnetflix tentang karakter dalam tayangan Korea Netflix, hal ini terbagi dalam tiga kelompok, 43% menganggap Menarik, 34% menganggap Sangat Menarik dan 21% menganggap Cukup Menarik.

Daya Tarik Komentar Followers  
@theswoonnetflix Tentang Pemain Tayangan  
Korea Netflix

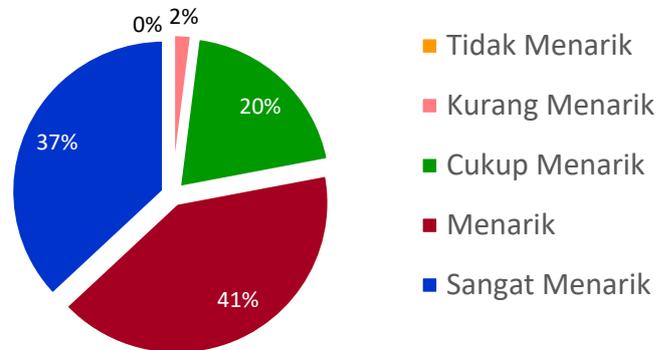


Diagram 3.16 Daya Tarik Komentar *Followers* @theswoonnetflix Tentang Pemain Tayangan Korea Netflix

Kebanyakan responden memilih bahwa komentar *followers* @theswoonnetflix tentang pemain tayangan Korea Netflix dapat dikatakan menarik. Sedangkan, tidak ada responden yang memilih jawaban tidak menarik. Dari hasil ini, dapat dilihat bahwa secara umum, komentar *followers* @theswoonnetflix tentang pemain tayangan Korea Netflix dapat dikatakan menarik bagi *followers* lainnya.

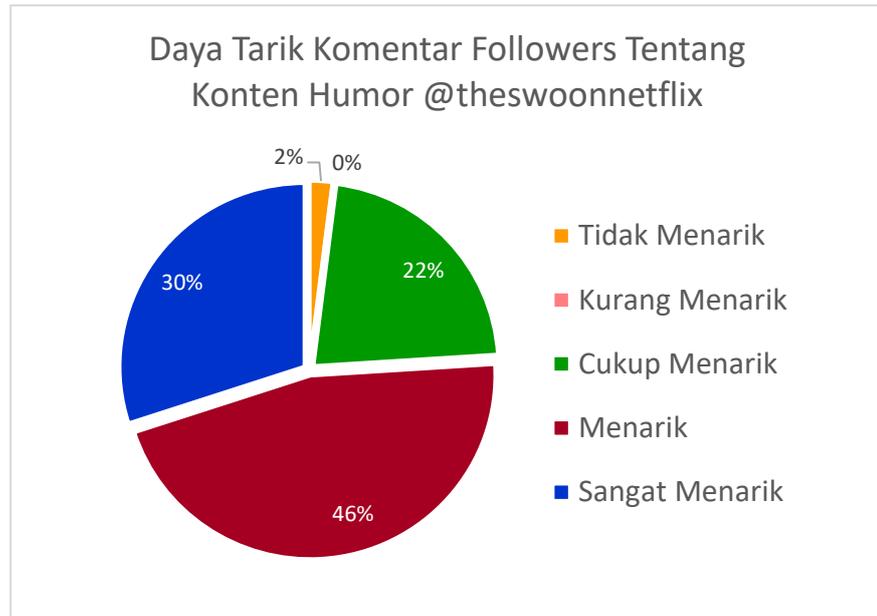


Diagram 3.17 Daya Tarik Komentar *Followers* Tentang Konten Humor @theswoonnetflix

Mayoritas responden berpendapat bahwa komentar *followers* tentang konten humor @theswoonnetflix menarik. Namun, ada sebagian kecil responden yang memilih bahwa komentar *followers* tentang konten humor @theswoonnetflix tidak menarik. Hal ini berarti komentar *followers* @theswoonnetflix tentang konten humor yang diunggah @theswoonnetflix memang menarik secara umum bagi responden.

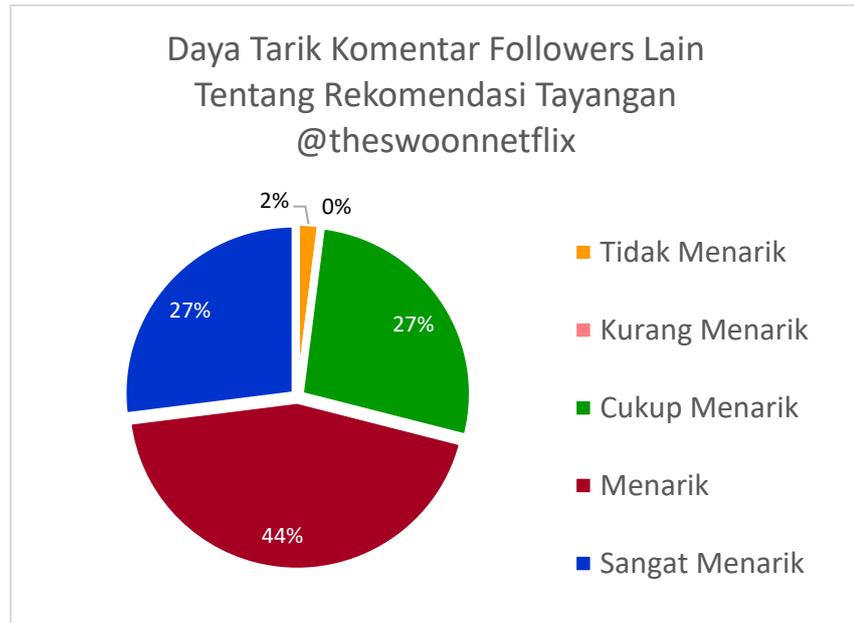


Diagram 3.18 Daya Tarik Komentar *Followers* Lain Tentang Rekomendasi  
 Tayangan @theswoonnetflix

Yang terakhir adalah daya tarik komentar *followers* lain tentang rekomendasi tayangan @theswoonnetflix. Mayoritas responden atau hampir setengah dari responden memilih bahwa komentar *followers* lain tentang rekomendasi tayangan @theswoonnetflix menarik walaupun ada sebagian kecil dari responden yang memilih jika komentar *followers* lain tentang rekomendasi tayangan @theswoonnetflix tidak menarik.

### 3.2.2.2 Daya Tarik *Electronic Word Of Mouth* Di @theswoonnetflix

Daya tarik *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix terbagi menjadi tingkatan tinggi, sedang, dan rendah. Tingkatan ini ditentukan sesuai dengan total skor dari lima pertanyaan yang dijawab oleh responden untuk bagian ini. Minimal total skor dari

jawaban responden adalah 5 dan maksimal skor adalah 25. Berdasarkan data penelitian yang didapatkan, hasil dari jawaban responden akan dikelompokkan sesuai total skor, yakni:

- Skor 5 – 11 menunjukkan daya tarik *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix rendah.
- Skor 12 – 18 menunjukkan daya tarik *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix sedang.
- Skor 19 – 25 menunjukkan daya tarik *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix tinggi

Sesuai dengan pengelompokkan total skor di atas, didapatkan hasil, yaitu:

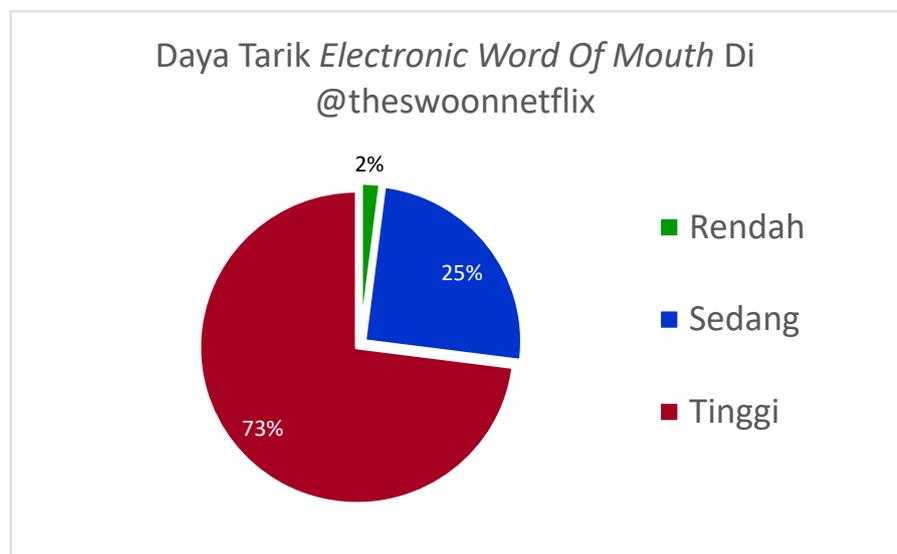


Diagram 3.19 Daya Tarik *Electronic Word Of Mouth* Di @theswoonnetflix

Mayoritas responden memiliki penilaian bahwa daya tarik *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix tinggi. Hanya ada sebagian kecil responden yang memiliki penilaian bahwa bahwa

daya tarik *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix rendah. Hal ini dapat dimengerti mengingat informasi yang dibagikan *followers* @theswoonnetflix memang cukup beragam sehingga dianggap memiliki daya tarik oleh responden.

### 3.2.3 Valensi Positif *Electronic Word Of Mouth* Di @theswoonnetflix

Valensi positif *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix adalah tingkatan penilaian positif di @theswoonnetflix yang mencerminkan pujian ataupun rekomendasi tentang Netflix dan tayangan Koreanya. Valensi positif *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix dapat dilihat dari persepsi dalam bentuk komentar positif mengenai Netflix dan tayangan Koreanya di @theswoonnetflix dan persepsi atas komentar positif yang dibaca responden mengenai Netflix dan tayangan Koreanya di @theswoonnetflix.

#### 3.2.3.1 Persepsi dalam Bentuk Komentar Positif Mengenai Netflix dan Tayangan Koreanya di @theswoonnetflix

Terdapat tiga pertanyaan yang berguna untuk melihat persepsi responden mengenai Netflix dan tayangan Koreanya di @theswoonnetflix dalam bentuk komentar positif.

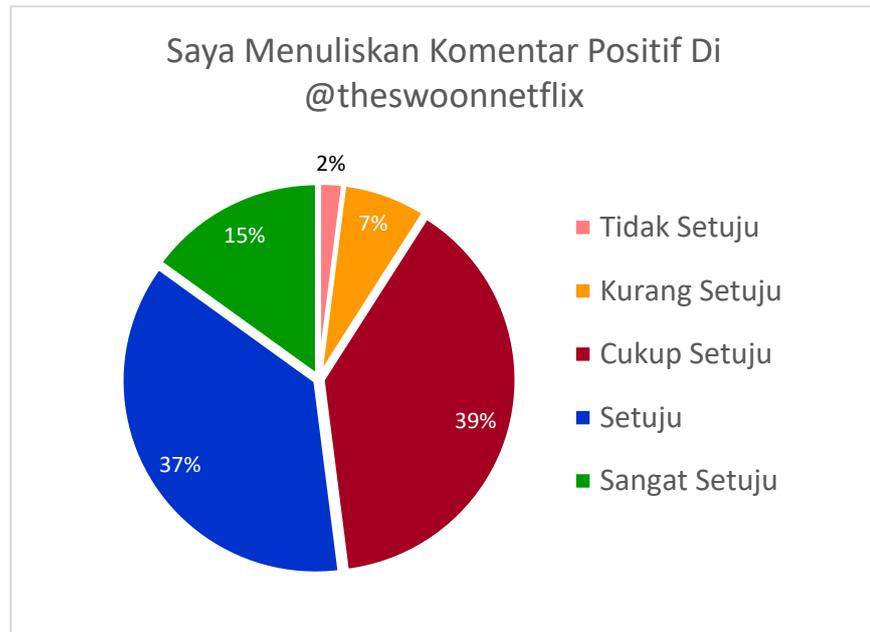


Diagram 3.20 Saya Menuliskan Komentar Di @theswoonnetflix

Mayoritas responden menuliskan komentar positif di @theswoonnetflix, hanya 2% responden yang tidak menuliskan komentar. Hal ini menunjukkan bahwa The Swoon memang menjadi tempat untuk saling berbagi informasi mengenai tayangan Korea Netflix. Tidak hanya itu, data di atas juga menunjukkan bahwa The Swoon berhasil membagikan unggahan yang dapat membuat responden menuliskan komentar positif.

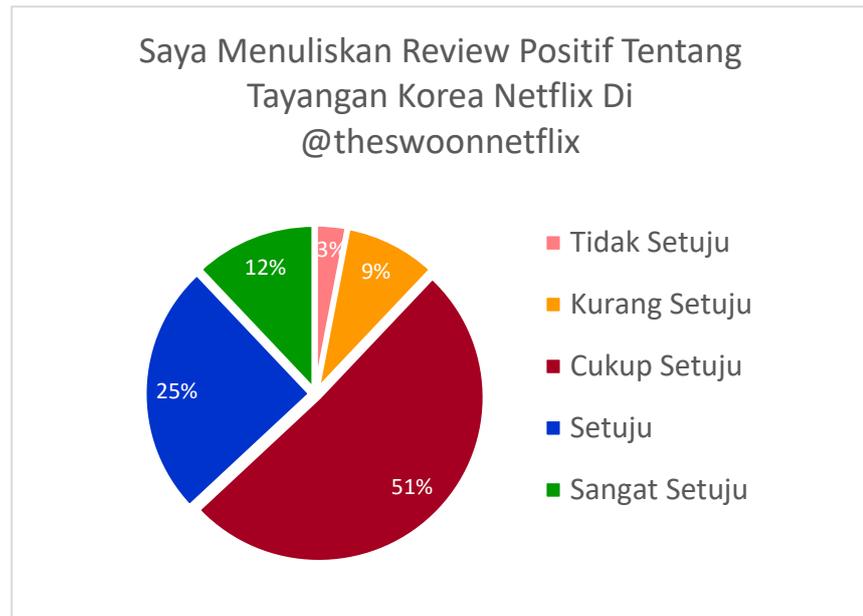


Diagram 3.21 Saya Menuliskan Review Positif Tentang Tayangan Korea Netflix Di @theswoonnetflix

Mayoritas responden cukup setuju bahwa mereka telah menuliskan review positif tentang tayangan Korea Netflix di @theswoonnetflix. Namun, ada sebagian kecil responden yang tidak menuliskan review positif tentang tayangan Korea Netflix di @theswoonnetflix. Hasil ini menunjukkan bahwa The Swoon memang menjadi tempat di mana para *followers* saling membagikan informasi positif seperti review mengenai tayangan Korea Netflix.

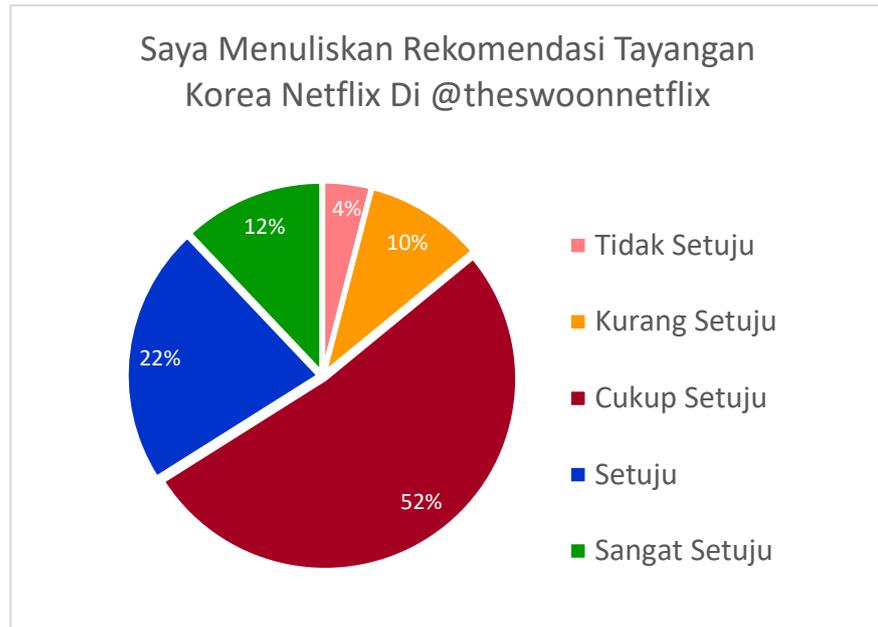


Diagram 3.22 Saya Menuliskan Rekomendasi Tayangan Korea Netflix Di @theswoonnetflix

Selanjutnya, mayoritas responden memilih cukup setuju bahwa mereka menuliskan rekomendasi tayangan Korea Netflix di @theswoonnetflix. Namun, ada sebagian kecil responden yang tidak setuju bahwa mereka menuliskan rekomendasi tayangan Korea Netflix di @theswoonnetflix.

### 3.2.3.2 Persepsi Atas Komentar Positif yang Dibaca Responden Mengenai Netflix dan Tayangan Koreanya di @theswoonnetflix

Terdapat dua pertanyaan yang berguna untuk melihat persepsi atas komentar yang dibaca responden mengenai Netflix dan tayangan Koreanya di @theswoonnetflix.

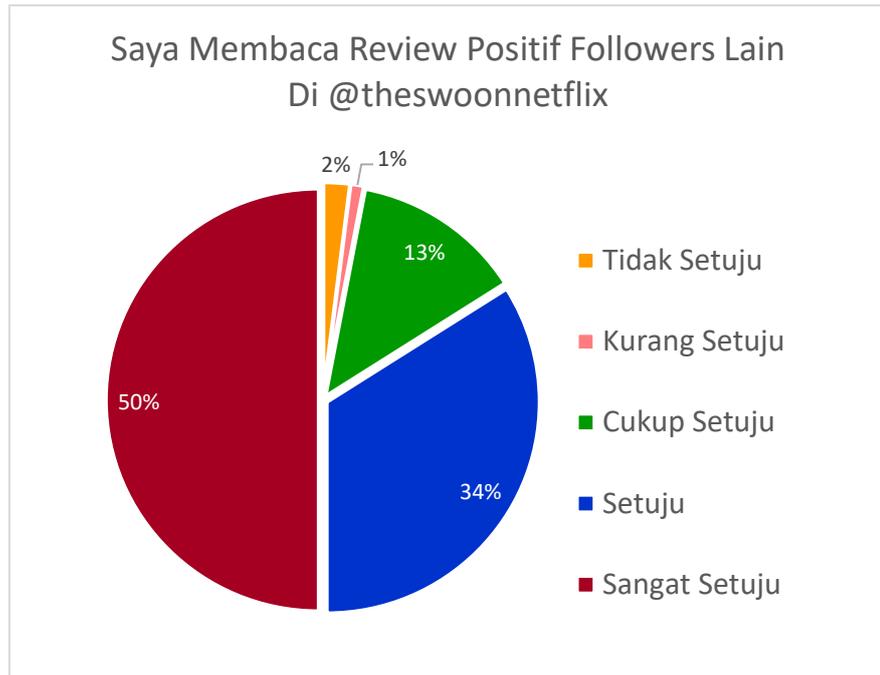


Diagram 3.23 Saya Membaca Review Positif *Followers* Lain Di @theswoonnetflix

Setengah dari responden sangat setuju bahwa mereka membaca review positif *followers* lain di @theswoonnetflix. Hanya 2% responden yang tidak membaca review positif *followers* lain di @theswoonnetflix. Data di atas menunjukkan bahwa terdapat review positif yang dibagikan *followers* lain pada Instagram @theswoonnetflix dan review positif tersebut menjadi sumber informasi bagi responden.

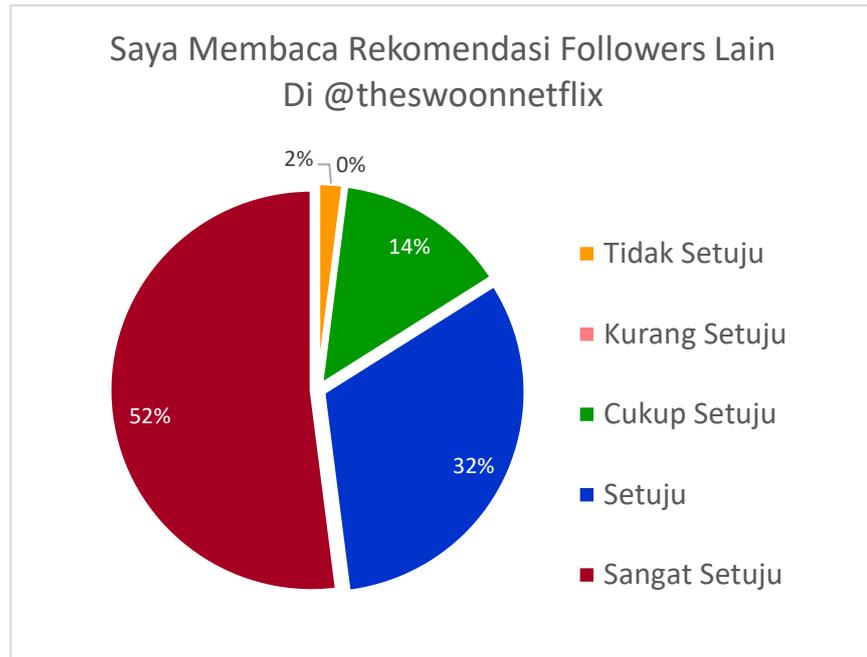


Diagram 3.24 Saya Membaca Rekomendasi *Followers* Lain Di @theswoonnetflix

Yang terakhir yaitu mayoritas responden sangat setuju bahwa mereka membaca rekomendasi *followers* lain di @theswoonnetflix. Sedangkan, tidak ada sama sekali responden yang merasa kurang setuju bahwa mereka membaca rekomendasi *followers* lain di @theswoonnetflix. Dari data ini dapat terlihat bahwa e-WOM yang ada benar menjadi acuan responden dalam memilih tayangan.

### 3.2.3.3 Valensi Positif *Electronic Word Of Mouth* Di @theswoonnetflix

Valensi positif *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix memiliki tingkatan, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Tingkatan yang ada ditentukan sesuai dengan total skor dari lima pertanyaan yang dijawab oleh responden untuk bagian ini. Minimal total skor dari jawaban responden adalah 5 dan maksimal

skor adalah 25. Berdasarkan data penelitian yang didapatkan, hasil dari jawaban responden akan dikelompokkan sesuai total skor, yakni:

- Skor 5 – 11 menunjukkan valensi positif *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix rendah.
- Skor 12 – 18 menunjukkan valensi positif *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix sedang.
- Skor 19 – 25 menunjukkan valensi positif *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix tinggi.

Sesuai dengan pengelompokkan total skor di atas, didapatkan hasil, yaitu:

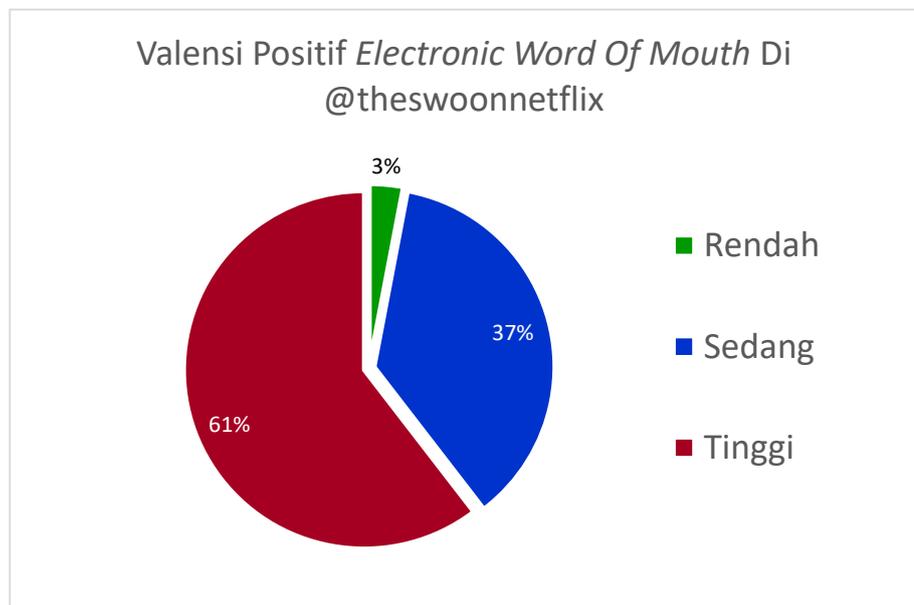


Diagram 3.25 Valensi Positif *Electronic Word Of Mouth* Di @theswoonnetflix

Mayoritas dari responden menunjukkan bahwa valensi positif *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix berada pada tingkat tinggi. Sedangkan, hanya sebagian kecil responden yang menunjukkan bahwa valensi positif *electronic word of mouth* di @theswoonnetflix berada pada tingkat rendah. Hasil ini dapat dimengerti karena responden tidak hanya memberikan komentar positif, namun juga membaca komentar positif yang dituliskan *followers* lain.

### **3.3 Minat Berlangganan Netflix**

Minat berlangganan Netflix adalah kemungkinan konsumen untuk membeli paket layanan yang ditawarkan Netflix dengan membayar sejumlah biaya langganan yang telah ditentukan. Variabel ini dapat diukur dengan satu indikator yaitu tingkat kemungkinan berlangganan Netflix.

#### **3.5.1 Tingkat Kemungkinan Berlangganan Netflix**

Indikator tingkat kemungkinan berlangganan Netflix ini dibuat menjadi dua buah pertanyaan yang menanyakan kemungkinan responden untuk berlangganan Netflix.

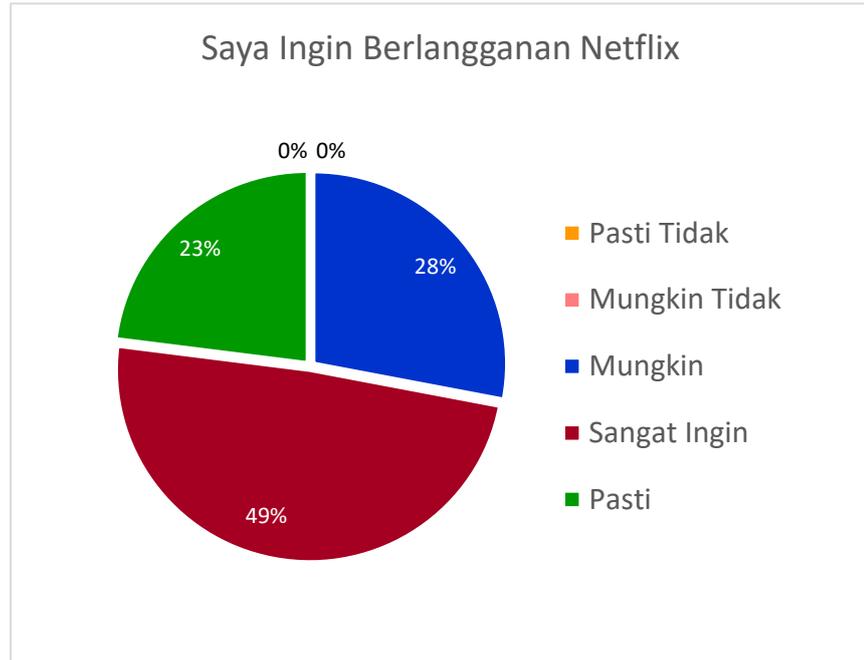


Diagram 3.27 Ingin Berlangganan Netflix

Mayoritas responden sangat ingin untuk berlangganan Netflix. Sedangkan, tidak ada satupun responden yang pasti tidak ingin dan mungkin tidak ingin berlangganan Netflix.

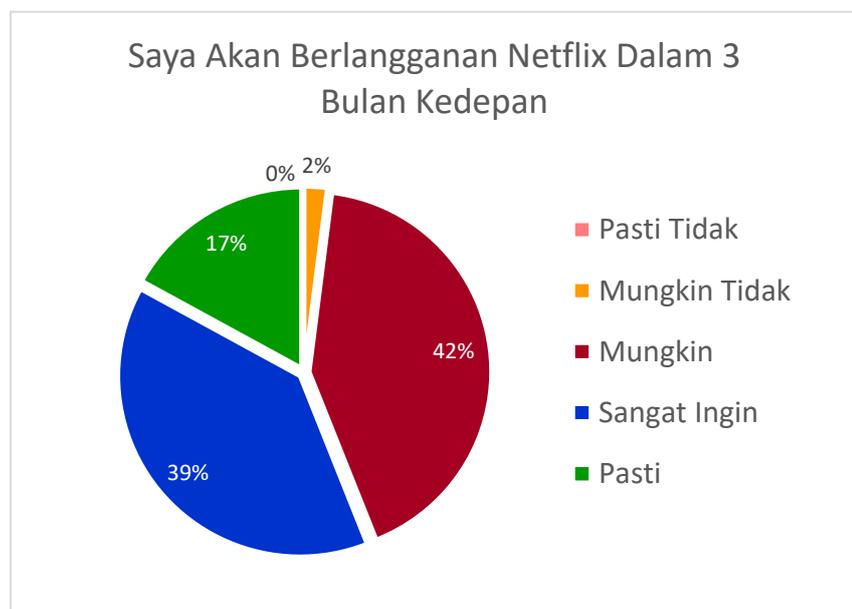


Diagram 3.28 Saya Akan Berlangganan Netflix Dalam 3 Bulan Kedepan

Mayoritas responden memilih bahwa mereka mungkin akan berlangganan Netflix dalam tiga bulan kedepan. Sedangkan, tidak ada responden yang memilih bahwa mereka pasti tidak akan berlangganan Netflix dalam tiga bulan kedepan.

### 3.5.2 Minat Berlangganan Netflix

Variabel minat berlangganan Netflix ini memiliki variasi tingkatan yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Tingkatan dari variasi yang ada ditentukan sesuai dengan total skor dari dua pertanyaan yang dijawab oleh responden untuk bagian variabel ini. Minimal total skor dari jawaban responden adalah 2 dan maksimal skor adalah 10. Berdasarkan data penelitian yang didapatkan, hasil dari jawaban responden akan dikelompokkan sesuai total skor, yakni:

- Skor 2 – 4 menunjukkan minat berlangganan Netflix rendah.
- Skor 5 – 7 menunjukkan minat berlangganan Netflix sedang.
- Skor 8 – 10 menunjukkan minat berlangganan Netflix tinggi.

Sesuai dengan pengelompokkan total skor di atas, didapatkan hasil, yaitu:

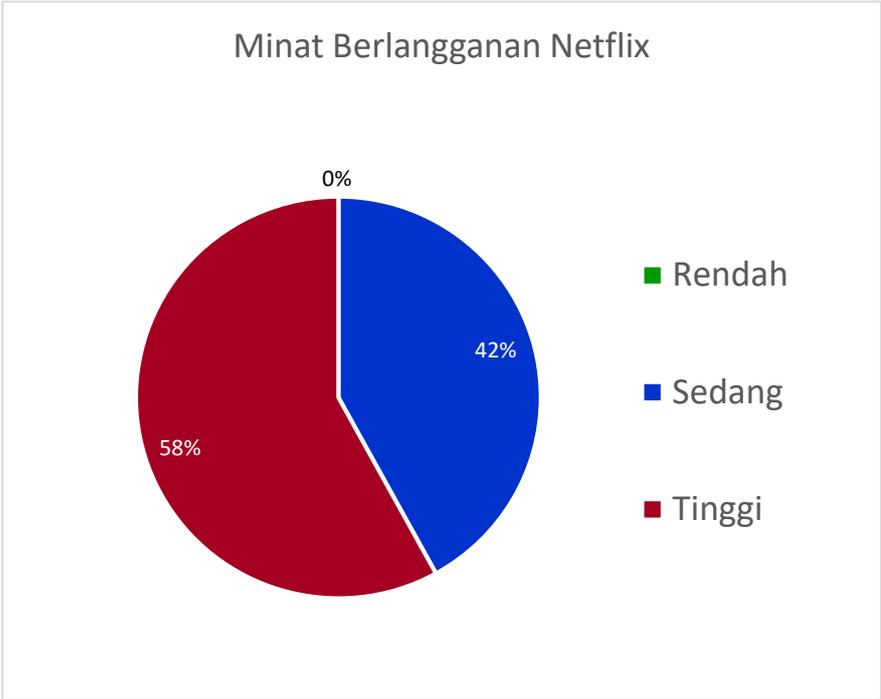


Diagram 3.26 Minat Berlangganan Netflix

Mayoritas responden memiliki minat berlangganan Netflix yang tinggi dan tidak ada responden yang memiliki minat rendah untuk berlangganan Netflix. Hasil ini dapat dimengerti karena tidak ada responden yang tidak memiliki keinginan untuk berlangganan Netflix.