

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi dalam dunia perfilman pada abad ke-20 mengalami kenaikan yang sangat drastis setelah terjadinya revolusi industri, dan kini media video menjadi salah satu bentuk hiburan yang dipilih oleh masyarakat sebagai opsi untuk menonton film. Dengan kemudahan akses pada era digital sekarang, masyarakat beralih dari media televisi ke media layanan *streaming*, dikarenakan media *streaming* mempunyai fleksibilitas yang dapat mengakses film atau *streaming* dengan mudah menggunakan perangkat yang terhubung dengan internet yang dapat diakses di mana pun dan kapan pun [2].

Dengan adanya peralihan media televisi ke media layanan *streaming* banyak penyedia aplikasi layanan *streaming* di Google Play Store dan App Store, aplikasi layanan *streaming* film itu sendiri merupakan perangkat lunak yang digunakan untuk menonton film bagi pengguna secara langsung melalui internet, dengan aplikasi *streaming* ini memungkinkan pengguna dapat mengakses berbagai film dan konten audiovisual lainnya, seperti serial TV, dokumenter, dan video pendek yang disediakan oleh penyedia layanan *streaming* secara gratis maupun berbayar atau berlangganan. Pengguna dapat memilih film yang mereka inginkan dari katalog yang tersedia, dan kemudian film tersebut akan diputar secara langsung melalui koneksi internet yang terhubung serta dapat diakses melalui berbagai perangkat termasuk komputer, *smartphone*, tablet, dan *Smart TV* [3]. Saat ini *streaming* film menjadi aplikasi pilihan pertama pengguna terbukti dari hasil survei statistik pada Januari 2023 yang menunjukkan bahwa produk konten berbayar dengan presentase pengguna internet tertinggi meraih peringkat pertama dengan jumlah 31,7% pengguna di seluruh dunia dengan rentang usia 16 sampai 64 tahun memilih konten digital layanan *streaming* film/TV sebagai pilihan utama, dengan disusul oleh aplikasi streaming musik, unduhan musik, aplikasi ponsel, dan lain-lain [4]. Dengan begitu tentu terdapat beberapa *platform* media *streaming* di Indonesia yang menjalankan bisnisnya di bidang layanan *streaming* seperti Netflix, Disney Hotstar, Viu,

WeTV, Iflix, Catchplay, Amazon Prime Vidio, HBO Go, KlikFilm, Apple TV, Bilibili, GoPlay, dan MOLA [5].

MOLA adalah aplikasi layanan *streaming* video/film yang bisa diakses pada *mobile device* atau *device box* televisi dan berupaya untuk bisa mengintegrasikan antara layanan *streaming*nya pada media konvensional seperti pada tayangan konten eksklusif Liga Inggris 2019/2020, konten tersebut bentuk kerjasama dari pihak media Matrix dengan pihak TVRI (Televisi Republik Indonesia) dengan status sebagai mitra untuk menayangkan program unggulannya berupa beberapa pertandingan sepak bola pada siaran Liga Utama Inggris [6]. MOLA menjadi aplikasi layanan *streaming* video/film yang paling menjanjikan di Indonesia dengan menghadirkan beberapa tawaran *streaming* pertandingan olahraga dan misi tersebut menjadikan strategi jangka panjang oleh pihak MOLA untuk memperkenalkan layanannya kepada masyarakat [7].

MOLA sukses meningkatkan pertumbuhan pengguna layanan *streaming* nya dengan jumlah 300.000 pelanggan pada tahun 2020 [7], meskipun pengguna memiliki keantusiasan yang tinggi akan tetapi layanan *streaming* MOLA menghadapi tantangan terkait dengan banyaknya ulasan negatif yang diterima pada Google Play Store sehingga mendapatkan rating 3,0 [2]. Ulasan negatif tersebut mencakup berbagai aspek seperti kualitas layanan, masalah teknis, serta *user experience* yang kurang memuaskan dan adanya ulasan negatif tersebut tentu dapat memengaruhi persepsi dari calon pengguna yang berpotensi menurunkan tingkat adopsi serta ulasan negatif dapat mencerminkan ketidakpuasan pengguna yang dapat disebabkan oleh kegagalan produk dalam memenuhi kebutuhan pengguna [8].

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat menjadi pengaruh *user experience* pada pengguna ketika menggunakan layanan *streaming* MOLA dan untuk menganalisis apakah layanan *streaming* MOLA dapat memenuhi kebutuhan penggunanya atau tidak, sehingga untuk mencapai tujuan tersebut penting untuk menggunakan kerangka kerja yang dapat membantu untuk menganalisis *user experience* secara menyeluruh, salah satu kerangka kerja yang relevan adalah *Google's HEART Framework*. *Google's HEART Framework* dirancang untuk mengukur *user experience* dan meningkatkan pengalaman pengguna pada lima variabel utama yaitu, *Happiness* digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna secara keseluruhan

terhadap produk, *Engagement* digunakan untuk menilai seberapa sering dan seberapa lama pengguna berinteraksi dengan produk, *Adoption* digunakan untuk memantau jumlah dari pengguna baru yang menggunakan produk, *Retention* digunakan untuk menilai seberapa banyak pengguna yang terus menggunakan produk dalam jangka waktu tertentu, dan *Task Success* berguna untuk mengukur sejauh mana pengguna dapat menyelesaikan tugas dan tujuan secara efektif dan efisien ketika menggunakan produk [8].

Dengan menerapkan *Google's HEART Framework* penelitian ini diharapkan dapat mengathui variabel apa yang dapat memengaruhi *user experience* pada pengguna dan untuk menganalisis sejauh mana layanan *streaming* MOLA dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna.

1.2 Rumusan Masalah

Terdapat banyak pengguna yang mengeluhkan tentang *user experience* pada layanan *streaming* MOLA yang tidak berjalan dengan baik melalui ulasan yang terdapat pada Google Play Store, sehingga penting untuk mengetahui faktor apa yang dapat memengaruhi *user experience* pada pengguna dan untuk menganalisis apakah layanan *streaming* MOLA dapat memenuhi kebutuhan pengguna atau tidak melalui pengukuran *user experience* menggunakan *Google's HEART Framework*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pernyataan pada rumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian yang dikemukakan yaitu

1. Variabel apa saja yang dapat menjadi faktor pengaruh *user experience* pada pengguna layanan *streaming* MOLA?
2. Apakah layanan *streaming* MOLA dapat memenuhi kebutuhan penggunanya, atau perlu adanya perbaikan pada layanan *streaming* MOLA?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari jawaban pertanyaan penelitian tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel apa saja yang dapat menjadi faktor pengaruh *user experience* pada pengguna ketika menggunakan layanan *streaming* MOLA dan untuk

menganalisis apakah layanan *streaming* MOLA dapat memenuhi kebutuhan bagi penggunaanya atau tidak.

1.5 Batasan Masalah

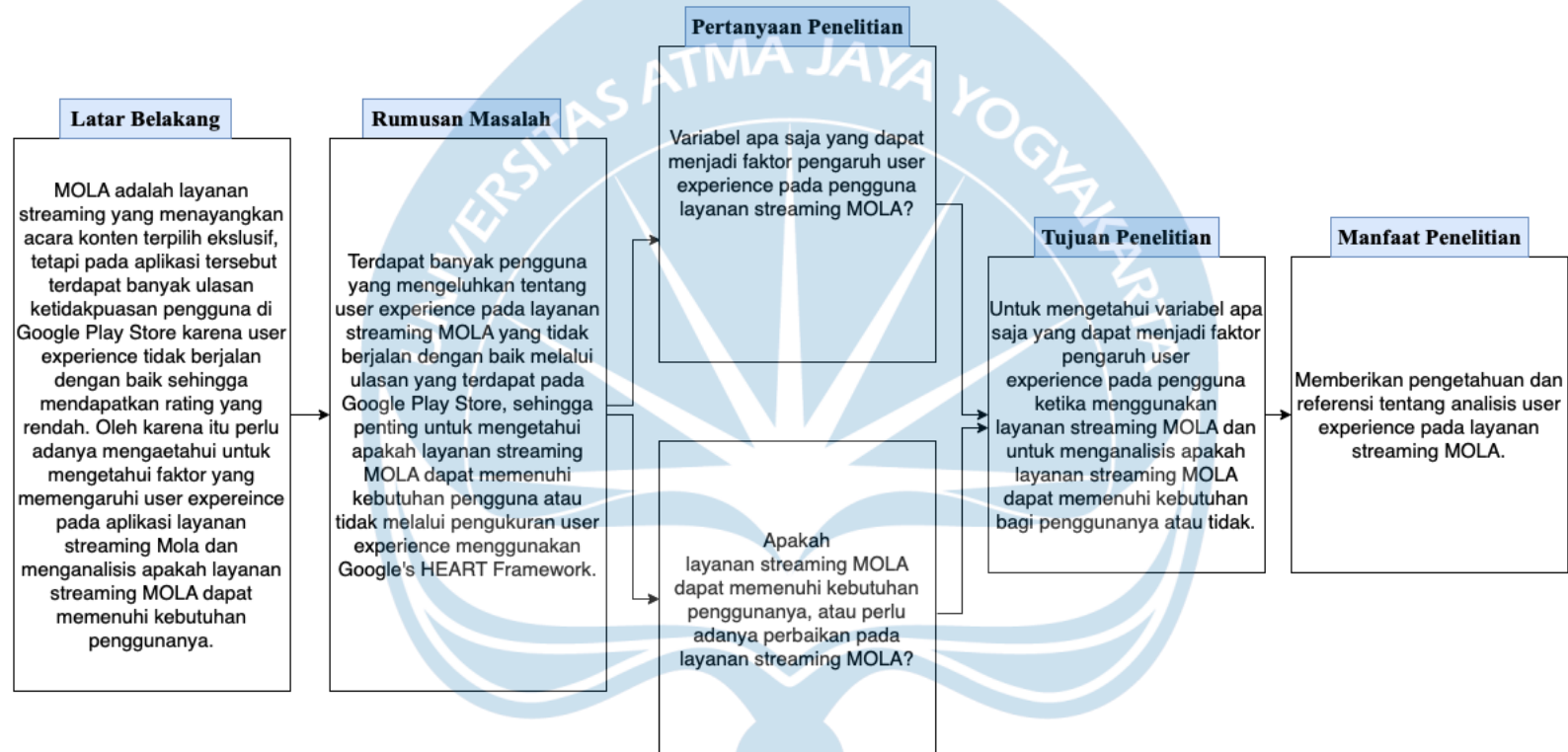
Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti menetapkan batasan masalah penelitian ini:

1. Dilakukan pada aplikasi layanan *streaming* MOLA yang terdapat pada *smartphone* berbasis Android pada pengguna di Indonesia yang berusia 18 tahun keatas.
2. Penelitian ini hanya menggunakan data primer dari kuesioner, tidak menggunakan data sekunder yang lain.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian dari pernyataan penelitian dan tujuan penelitian, maka manfaat penelitian adalah hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan referensi tentang analisis *user experience* pada layanan *streaming* MOLA .

1.7 Bagan Keterkaitan



Gambar 1. 1 Bagan Keterkaitan