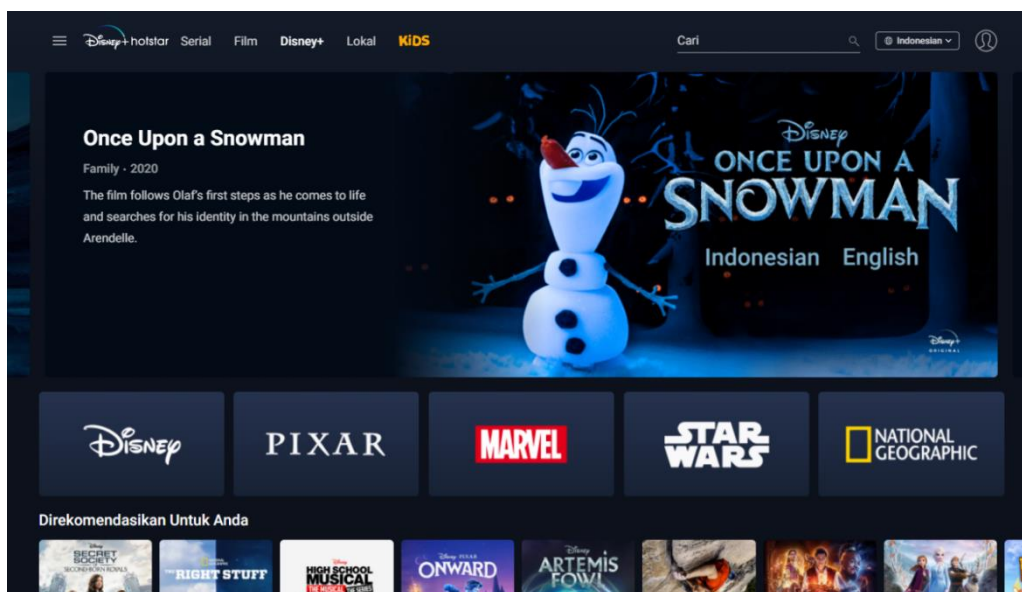


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Objek Penelitian

Disney+ adalah layanan *streaming* berbayar dibawah naungan perusahaan Walt Disney (KompasTekno, 2020). Disney+ hadir di Indonesia dengan menggandeng hotstar, Hotstar merupakan *platform streaming* asal India yang merupakan anak perusahaan dari Disney (gizmologi.id, 2020). Selain itu Disney+ juga menggandeng telkomsel untuk menghadirkan paket promo berlangganan dengan harga khusus (KompasTekno, 2020). Indonesia adalah negara pertama di Asia Tenggara yang disambangi oleh Disney+ Hotstar, *President The Walt Disney Company* APAC Uday Shankar (2020) beralasan menunjuk Indonesia sebagai negara pertama yang disambangi Disney+ Hotstar Karena masyarakat Indonesia yang dinamis dan *tech-savvy*, kemudian memiliki tingkat antusiasme yang tinggi terhadap konten-konten lokal, Indonesia juga merupakan negara dengan penggemar Disney terbesar di Asia Tenggara (Republika.co.id, 2020).



Gambar 1.1 Tampilan *interface* Disney+ Hotstar
Sumber : Hotstar.com

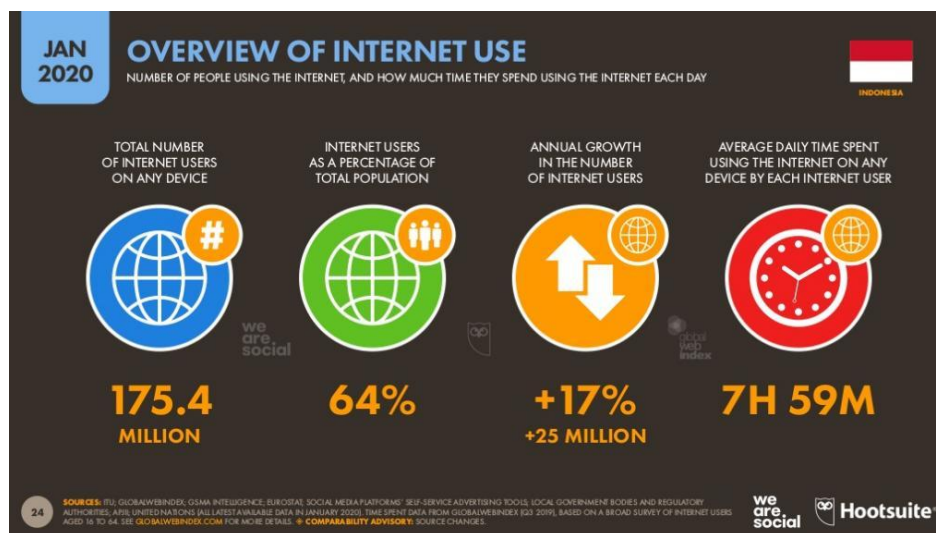
Disney+ Hotsar memiliki beberapa fitur yang tersedia, fitur yang kita dapatkan adalah berbagai klasifikasi konten yang diproduksi oleh studio-studio yang berada

di bawah naungan Disney, seperti Pixar, 20th Century Fox, National Geographic dan Marvel. Hingga kini Disney+ Hotstar menyatakan memiliki kurang lebih 500 film dan 7.000 serial episode, dan sudah memiliki tayangan original Disney+ seperti *The Mandalorian* dan *Wanda Vision* untuk series yang akan datang (yangcanggih.com, 2020). Tidak hanya film dan serial dari luar negeri, Disney+ Hotstar juga bekerjasama dengan produksi lokal Indonesia untuk menayangkan konten lokal, seperti Falcon dan MD Pictures. Total ada 300 film Indonesia yang saat ini ada di klasifikasi Disney+ Hotstar (KompasTekno, 2020). Disney+ Hotstar memiliki beberapa fitur utama (hotstar.com, 2020) :

1. Perangkat: Tonton di *handphone*, *tablet*, *laptop* atau TV. Log in hingga 5 perangkat berbeda per akun,
2. *Streaming* bersamaan: Tonton dua screen berbeda di waktu bersamaan per akun,
3. Pilihan bahasa: Tonton *blockbuster* mancanegara dalam bahasa Indonesia atau tambahkan *subtitle* bahasa Indonesia,
4. Unduh: Mengunduh *film* atau *series* yang terdapat pada Disney+ Hotstar dan dapat tersimpan di akun selama 30 hari atau 72 jam,
5. Bebas iklan: Pelanggan bisa menikmati tontonan bebas iklan,
6. *Watchlist*: Tambahkan tayangan favorit Anda ke fitur *Watchlist*,
7. Rekomendasi: Dapatkan rekomendasi untuk membantu Anda memilih film atau tayangan selanjutnya yang akan anda tonton,
8. Bagian anak-anak: Bagian khusus anak-anak, dengan konten hanya untuk anak-anak,
9. Kualitas gambar: Pilih dari SD atau HD yang dapat anda akses menggunakan WiFi atau Data,
10. Lanjutkan menonton: Lanjutkan menonton dimana Anda tinggalkan, di segala perangkat,
11. Cari: Cari tayangan favorit Anda dalam bahasa Inggris.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi seperti saat ini, segala sesuatu telah berkembang dengan sangat pesat, bidang teknologi merupakan salah satunya (Fabriza, 2020). Seiring dengan berkembangnya jaman, maka akan seiring juga dengan berkembangnya teknologi. Teknologi yang paling umum kita rasakan saat ini adalah internet (Surattini, 2018). Menurut Prawiro (2018) Internet adalah suatu jaringan komunikasi global yang menghubungkan milyaran jaringan komputer secara terbuka dengan menggunakan sistem standar *global transmission control protocol/internet protocol suite* (TCP/ IP). Hal tersebut membuat manusia memungkinkan untuk dapat berinteraksi satu sama lain di segala penjuru negri. Di Indonesia sendiri internet sudah dirasakan oleh 171.176.716,8 orang hingga tahun 2018 (APJII, 2018). Tanpa disadari internet sudah merambat ke kehidupan kita sehari hari dan sudah dapat dikatakan semua hal sudah terhubung ke internet seperti contoh kecilnya adalah layanan *streaming video online*. Internet memberikan banyak sekali kemudahan dalam mencari sebuah informasi dan juga berkomunikasi sehingga segala sesuatu menjadi mudah dengan adanya internet.



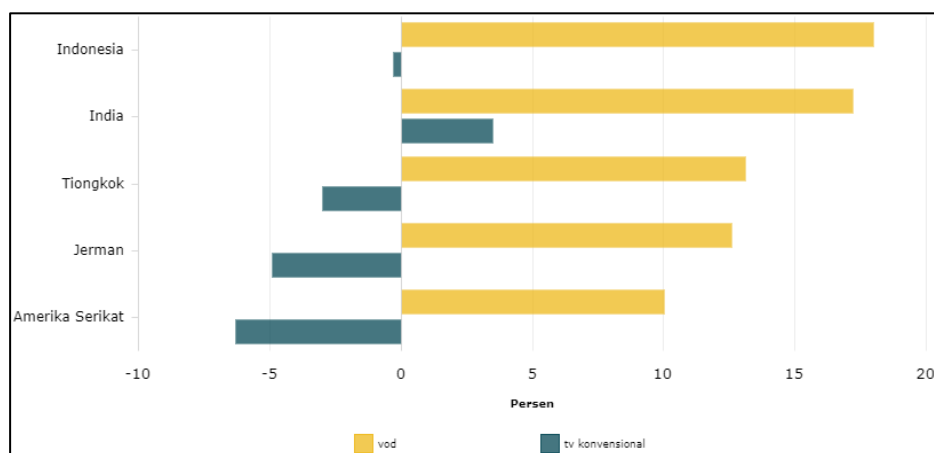
Gambar 1.2 Indonesia Digital Report July 2020

Sumber : we are social & Hootsuite (2020)

Internet dapat menjadi hal yang positif dan bisa juga negatif, karena dengan adanya internet maka suatu informasi akan dengan cepat berpindah dari satu individu ke individu lainnya. informasi sudah menjadi hal yang utama bagi

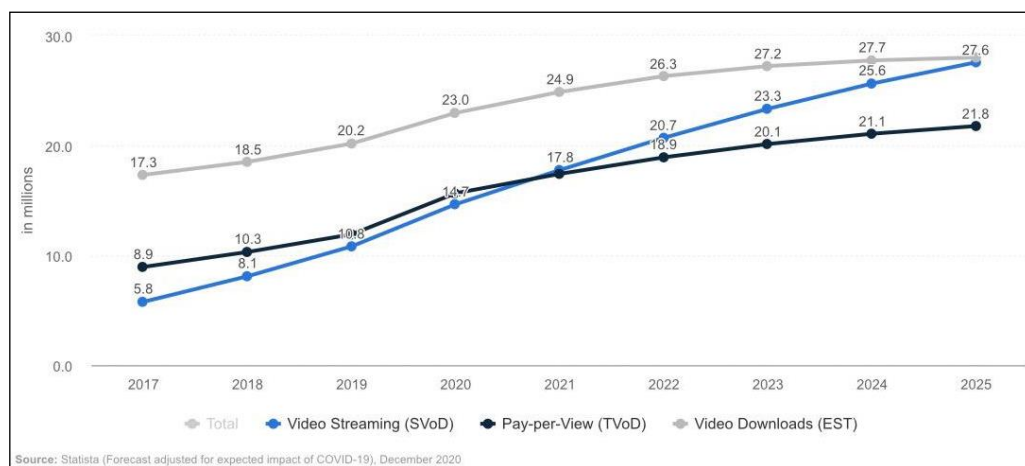
kebutuhan manusia, dari kebutuhan itulah yang memicu semakin banyaknya pengguna internet di berbagai aktivitas. Riset platform media sosial Hootsuite serta platform media We Are Social (2020) yang bertajuk Digital 2020 : Indonesia, menunjukkan terdapat 175,4 juta penduduk di Indonesia sudah terkoneksi dengan internet dengan jumlah pertumbuhan sebesar 64% dari populasi. Rata-rata masyarakat Indonesia dalam mengakses internet adalah selama 7 jam 59 menit per harinya.

Dengan adanya internet membuat manusia semakin mudah dan merasa bebas untuk memilih informasi yang diinginkan, salah satunya dengan kemudahan untuk menikmati konten hiburan dimanapun dan kapanpun dengan perangkat yang dimiliki. Perangkat yang paling sering digunakan di Indonesia adalah ponsel pintar (*smartphone*) dengan total pengguna sebanyak 171 juta pengguna (we are social & Hootsuite, 2020). Konten hiburan tersebut bisa berupa *online video*, *vlogs*, *music streaming service*, *podcast*. Di Indonesia, pengguna layanan *online video* bisa dibilang paling diminati di Indonesia. Survey dari *DailySocial* dan *Populix* (2020) telah menyimpulkan bahwa masyarakat Indonesia lebih memilih YouTube (94%) untuk menikmati konten video lalu baru disusul Netflix, Viu, iflix, dan lain-lain. Untuk *music streaming*, Spotify (71%) masih menjadi rajanya di Indonesia disusul dengan Joox, langitmusik, soundcloud dan lain-lain.



Gambar 1.3 Prediksi Pertumbuhan Pendapatan Media
 Sumber : Statista (2020)

Berdasarkan Gambar 1.3, dapat diketahui bahwa Indonesia berada di tingkat paling atas dengan jumlah pertumbuhan pendapatan media secara VOD yaitu sebanyak 18% menyusul India, Tiongkok, Jerman bahkan Amerika Serikat. Berbanding dengan TV nasional, Masyarakat Indonesia mulai mengurangi aktivitas menggunakan TV nasional sehingga pertumbuhan pendapatan media melalui TV nasional berkurang hingga -0,3% (Statista, 2020). Kurangnya minat masyarakat dalam menggunakan TV nasional dapat terlihat jelas dari bagaimana TV nasional mulai masuk ke kalangan digital, *trending* pada layanan *streaming online* youtube hampir di dominasi oleh acara TV. Dengan terjadinya fenomena tersebut dapat merugikan beberapa pihak, diantaranya adalah *Content creator* yang lapaknya sudah mulai terisi oleh acara-acara TV.

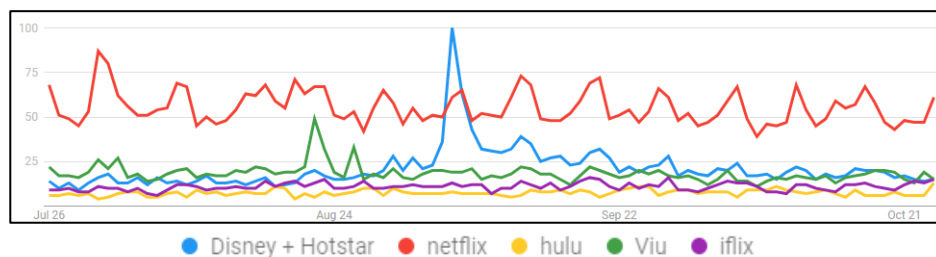


Gambar 1.4 Pengguna SVoD, TVoD dan EST di Indonesia
Sumber : Statista (2020)

Menurut data dari Statista (2020), pengguna SVoD pada tahun 2020 di Indonesia sudah menyentuh angka 14,7 juta pengguna. Untuk dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan penggunaannya, layanan SVoD harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Untuk mempertahankan tingkat kepercayaan dan Kesetiaan konsumen, perusahaan penyedia layanan SVoD dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik bisa berupa kemudahan layanan hingga konten yang disediakan bervariasi. Dalam menimbulkan kepercayaan pada konsumen, penyedia layanan *streaming* harus memperhatikan faktor-faktor yang menjadi pengaruh dalam menggunakan layanannya, yaitu

Service Convenience, Service Quality dan *Sophistication*. Faktor faktor tersebut akan melahirkan kepercayaan dari konsumen yang akan menggunakan produk atau jasa. Penyedia produk atau jasa perlu membangun kepercayaan bagi para pelanggan untuk mengurangi persepsi adanya resiko produk atau jasa dan mendorong mereka untuk membeli produk atau jasa tersebut (Gao & Waechter, 2017). Dengan unsur kepercayaan yang dibangun oleh para penyedia layanan *streaming*, maka pelanggan akan bersedia atau rela untuk membayar harga premium untuk produk atau jasa yang akan dibeli dan digunakan sehari-hari.

Tentu saja kemudahan penggunaan aplikasi juga menjadi faktor utama dalam meningkatkan jumlah pengguna. Layanan *streaming* berbayar seperti Netflix dan Disney+ Hotstar sama-sama mengadopsi tampilan baris konten horizontal. Hanya saja yang berbeda dari kedua layanan *streaming* berbayar tersebut adalah kategori yang ditawarkan. Selain itu, pengaruh sosial dari eksternal seperti orang orang terdekat, keluarga, teman hingga *supervisor* di tempat kerja juga dapat mempengaruhi penggunaan layanan *streaming* berbayar tersebut. Pengaruh sosial adalah tingkat dimana jika orang-orang penting atau berpengaruh mempercayai suatu sistem, maka individu tersebut harus menggunakan sistem itu (Venkatesh, et al, 2013:451). Pengaruh sosial juga dapat diartikan dengan sejauh mana suatu jejaringan sosial dapat mengubah perilaku masyarakat melalui sinyal dan pesan dari individu lain yang dapat mengubah nilai masyarakat luas yang dirasakan melalui sistem teknologi. Pengaruh sosial dapat memberikan pengaruh individu melalui kedua pesan yang mengenai harapan sosial dan tingkah laku yang diamati dari orang lain.



Gambar 1.5 Minat pelanggan terhadap layanan SVoD (26 Juli 2020- 24 Oktober 2020)
 Sumber : Olahan peneliti

Berdasarkan grafik diatas, Netflix masih merajai minat konsumen terhadap layanan SVoD di Indonesia disusul dengan Disney+ Hotstar, Viu, iflix dan hulu. Sebagai layanan SVoD yang masih baru di Indonesia, Disney+ Hotstar sudah dapat bersaing dengan seniornya. Pengaruh terbesar tingginya minat Disney+ Hotstar dikarenakan Indonesia merupakan salah satu negara dengan penggemar Disney terbesar di Asia Tenggara menurut Uday Shakar (2020). Sebagai pesaing baru Netflix, Disney+ Hotstar harus dapat menentukan *product value* nya, salah satunya adalah fasilitas yang tersedia dalam mendukung penggunaan layanan *video-on-demand*. Netflix dan Disney+ Hotstar memiliki perbedaan dalam mendukung layanannya, berikut merupakan perbedaan perangkat yang mendukung masing masing layanan *streaming* tersebut yang dijelaskan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Perbedaan perangkat menonton Netflix dan Disney+ Hotstar

Netflix	Disney+ Hotstar
<ul style="list-style-type: none"> • Smartphone dan tablet (iOS dan Android). • Aplikasi Netflix. Aplikasi juga tersedia untuk berbagai Smart TV, kotak kabel, dan bahkan pemutar Blu-Ray. • Perangkat berbasis Roku, Amazon Fire TV, perangkat Chromecast, dan TV dengan Chromecast bawaan. • TV Android dan set-top box. Berbagai browser web untuk laptop dan desktop PC. • Konsol game termasuk Microsoft Xbox One, Sony 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplikasi Disney+. • Smartphone Android dan iOS. • Perangkat Chromecast dan TV dengan kemampuan Chromecast bawaan. • Televisi Android. • Dekoder seperti Nvidia Shield. Perangkat komputer. • Konsol Microsoft Xbox One. • PlayStation 4 Sony. • TV Roku, stik streaming dan dekode, serta stik Amazon Fire TV.

PlayStation 4, Nintendo Wii U dan 3DS	<ul style="list-style-type: none"> • Perangkat Android TV, smart TV Vizio, dan Smart TV Samsung serta LG memiliki aplikasi Disney+ sendiri.
---------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber : tirtoid.id, (2020)

Layanan *streaming* berbayar tentu memiliki fitur yang dapat membuat penggunanya betah dalam menggunakan layanannya, menurut solopos.com (2018) yang mengutip dari Mashable (2018), hasil penelitian dari Defy Media bertajuk Youth Media Diet menunjukkan bahwa terdapat beberapa alasan yang membuat layanan *streaming* berbayar lebih diminati yaitu, (1) tidak banyak iklan dibanding dengan televisi sehingga pengguna akan lebih nyaman menonton tanpa terganggu iklan, (2) Konten yang disediakan pada layanan *streaming* berbayar biasanya jauh lebih menarik, (3) Menonton video *streaming* bisa dilakukan kapanpun dan di mana pun asal terkoneksi dengan internet. "Layanan *streaming* bisa memenuhi kebutuhan konsumen yang bisa mendesain sendiri produk yang ingin ditonton. Itu yang tidak bisa didapatkan dari jaringan televisi," Menurut pakar perilaku konsumen Institut Pertanian Bogor Ujang Sumarwan kepada CNNIndonesia.com (2020). Rasa puas menggunakan layanan *streaming* berbayar bukan hanya datang dari rasa 'berkuasa' dalam memilih hiburan yang diinginkan, tetapi juga dari rasa puas karena kualitas teknis dan kontennya dianggap lebih baik dibanding televisi konvensional.

Tarif yang dikenakan pada tiap layanan *streaming* berbayar sangat ber variasi. Seiring dengan harga yang meningkat, maka nilai pada produk tersebut juga akan meningkat. Nilai biaya dan harga yang harus dikeluarkan yang menjadi faktor yang harus dipertimbangkan dalam penggunaan teknologi oleh konsumen individu (Venkatesh, et al, 2012:161). Dalam konteks layanan *streaming*, penyedia layanan harus mampu untuk memenuhi ekspektasi konsumen dengan istilah “*worth the price*”. Berikut merupakan tarif-tarif yang dikenakan dalam layanan *streaming* berbayar yang dijelaskan pada Tabel 1.2.

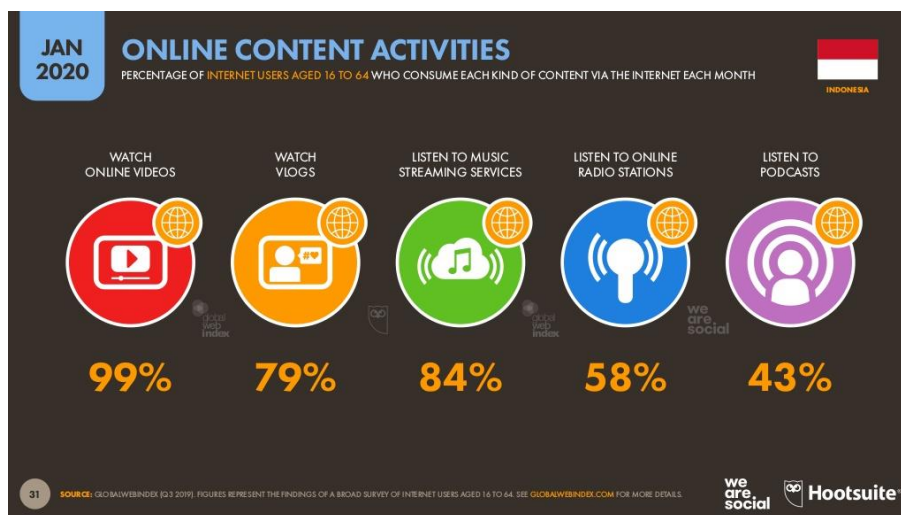
Tabel 1.2 Perbandingan tarif layanan *streaming* berbayar di Indonesia

Penyedia layanan <i>streaming video on demand</i>	Tarif / Harga
Netflix	<ul style="list-style-type: none"> • Paket Mobile Rp 54.000/bulan, hanya bisa diakses 1 perangkat. • Paket Basic Rp 120.000/bulan, hanya bisa diakses 1 perangkat. • Paket Standard (HD) Rp 153.000/bulan, bisa diakses 2 perangkat secara bersamaan, download film di 4 perangkat. • Paket Premium (Ultra HD/HD) Rp 186.000/bulan, bisa diakses 2 perangkat secara bersamaan, download film di 4 perangkat
Viu	<ul style="list-style-type: none"> • Rp 10.000/minggu • Rp 30.000/bulan • Rp 45.000/3 bulan
Amazon Prime Video	Tarif/ Biaya berlangganan Amazon Prime Video hanya tersedia dalam mata uang dollar AS. Harga langganan Amazon Prime Video adalah 5,99 Dollar AS atau sekitar Rp 89.000 per bulan.
Disney+ Hotstar	Tarif berlangganan Disney+ Hotstar di Indonesia sendiri adalah mulai dari Rp 39.000 per bulan, atau Rp 199.000 per tahun.

Sumber : KompasTekno, (2020)

Salah satu kegiatan di bidang hiburan adalah menonton *online video*, dalam menonton film atau video dapat dilakukan dengan bantuan internet, salah satu jenis layanan untuk menonton film menggunakan internet adalah layanan *video on demand* berlangganan atau disebut juga *subscription video on demand* atau SVoD

layanan *video on demand* berlangganan merupakan sebuah layanan di mana pengguna dibebani biaya berlangganan umumnya per bulan untuk dapat memilih dan menikmati konten secara bebas yang telah disediakan oleh penyedia layanan SVoD tersebut di mana pun dan kapan pun selama menggunakan pengguna terkoneksi dengan internet tanpa adanya jadwal penyiaran tertentu (Wayne, 2018). Survei yang dilakukan oleh organisasi nirlaba *American Academy of Sleep Medicine* (2019) menemukan bahwa 88% orang dewasa di Amerika mengalami kurang tidur karena tidak bisa berhenti menonton acara televisi atau film dari platform layanan penyedia hiburan lewat internet. Menonton acara hiburan menggunakan internet merupakan hal yang umum dilakukan di seluruh dunia, terutama di Indonesia. Kebiasaan menonton acara hiburan disebut dengan *binge-watching* yang sudah menjadi fenomena global. *Binge-watching* dapat membuat seseorang susah atau tidak dapat berhenti menonton serial atau film yang disediakan. Di Indonesia sendiri aktifitas menonton video *online* menjadi hal yang paling sering digunakan yaitu sebesar 99% disusul dengan menonton vlog, mendengarkan musik *online* dan lain-lain.



Gambar 1.6 Indonesia *Online Content Activities*
 Sumber : we are social & Hootsuite (2020)

Konten yang disediakan penyedia layanan *streaming* sangat beragam, berbagai kategori terdapat didalamnya, seperti *romance*, *horror*, *action* dan lain-lain. Tidak hanya itu, penyedia layanan *streaming* juga membuat konten orisinalnya, sebagai

contoh adalah Netflix, konten orisinal yang disediakan Netflix adalah *stranger things*, *money heist*, *the umbrella academy* dan masih banyak lagi (Urbanasia, 2019). Untuk Disney+ Hotstar, konten orisinal nya adalah *star wars : mandalorian*, *wanda vision* dan juga film lokal dari Indonesia yaitu *Rentang Kisah*, *Malik & Elsa*, *Warkop DKI Reborn 4*, *Benyamin Biang Kerok 2* dan lain lain (Kompas.com, 2020). Netflix dalam memproduksi konten orisinal pada tahun 2019 mengeluarkan biaya sebesar 15 miliar dolar AS. Sedangkan Disney+ mengeluarkan dana untuk produksi konten orisinal pada tahun 2020 (sampai September) sebesar satu miliar dolar AS dan pada tahun 2024 ditargetkan akan naik menjadi 2,5 miliar dolar AS (tirto.id, 2020). Maka dari itu peneliti tertarik untuk membuat penelitian berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Layanan Streaming Disney+ Hotstar Menggunakan *Extended Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 (UTAUT 2)*”**.

1.3 Perumusan Masalah

Pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 64% dari populasi (we are social & Hootsuite 2020). Dengan adanya internet, pengguna dapat mengakses informasi dimanapun dan kapan pun, salah satunya adalah layanan hiburan. Konten yang disajikan layanan hiburan pun beragam, bisa berupa *online video*, *vlogs*, *music streaming service* dan *podcast* (we are social & Hootsuite 2020). Salah satu konten hiburan tersebut yang paling banyak diminati di Indonesia adalah *online video* menurut survey dari *dailysocial*. Konten *online video* ini terbagi menjadi beberapa macam, diantaranya adalah *free video access* dan *subscription video on demand (SVoD)*.

Menurut data dari Statista (2020), pengguna SVoD yang ada di Indonesia sekitar 14,7 juta pengguna hingga tahun 2020, banyaknya jumlah peminat SVoD ini berdampak kepada semakin banyak bermunculan perusahaan penyedia layanan *streaming* seperti Netflix, Hulu, HBO Go dan juga Disney+. Penelitian ini akan membahas dari sisi Disney+. Disney+ merupakan perusahaan penyedia layanan *streaming* berbayar dibawah naungan perusahaan Walt Disney, Disney+ hadir pada November 2019 di negara-negara tertentu. Hingga Februari 2020, Disney+

mendapatkan 2,86 juta pelanggan tetapi masih tertinggal jauh oleh Netflix yang pelanggannya sudah sebanyak 167 juta pelanggan di dunia (Investopedia, Techcrunch, 2020).

Layanan Disney+ muncul di Indonesia pada 5 September 2020 dengan menggandeng Telkomsel dan Hotstar, layanan video *streaming* asal India sehingga di Indonesia menjadi Disney+ Hotstar (KompasTekno, 2020). Disney+ Hotstar harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Untuk mempertahankan tingkat kepercayaan dan kesetiaan konsumen, Disney+ Hotstar dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik. Untuk melahirkan kepercayaan pelanggan, perusahaan VOD harus memperhatikan beberapa faktor yaitu *Service Convenience*, *Service Quality* dan *Sophistication*. (Gao & Waechter, 2017). Pengguna layanan *streaming* berbayar tentu berharap untuk mendapatkan layanan yang lebih dari layanan *streaming* gratis, hal-hal seperti manfaat penggunaan layanan, kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, tingkat kepercayaan, harga dan konten yang disediakan tentu merupakan faktor pelanggan dalam menggunakan layanan *streaming* berbayar sehingga membuat Disney+ Hotstar harus mampu untuk beradaptasi dengan kebutuhan penggunanya. Berdasarkan faktor tersebut, peneliti menggunakan UTAUT 2 sebagai model penelitiannya karena pada model UTAUT 2 mencakup faktor pelanggan dalam menggunakan layanan *streaming* berbayar.

Model UTAUT 2 pada penelitian ini terdapat sedikit modifikasi yaitu pengurangan variabel *use behavior* dan penambahan variabel yaitu *Content* yang di adopsi dari penelitian Indrawati dan Haryoto (2015) dan Nurvi (2019). Kemudian peneliti menghapus variabel *Experience*, alasan dihilangkannya variabel tersebut karena pengambilan data dilakukan hanya satu kali (*cross sectional*) (Rustama, 2018).

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat rumusan masalah yang dapat dikemukakan yaitu :

1. Apakah faktor-faktor yang terdapat pada UTAUT 2 yang dimodifikasi (*Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Price Value, Habit, dan Content*) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*?
2. Apakah variabel moderating *Age, Gender, dan Income* memoderasi hubungan antara faktor-faktor yang terdapat di model UTAUT2 yang telah dimodifikasi (*Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Price Value, Habit, dan Content*) terhadap *Behavioral Intention*?
3. Apakah penelitian ini dapat memprediksi *Behavioral Intention* dalam pengadopsian layanan *streaming* Disney+ Hotstar?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui apakah faktor-faktor yang terdapat pada UTAUT 2 yang dimodifikasi (*Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Price Value, Habit, dan Content*) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*.
2. Untuk mengetahui apakah variabel moderating *Age, Gender, dan Income* memoderasi hubungan antara faktor-faktor yang terdapat di model UTAUT2 yang telah dimodifikasi (*Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Price Value, Habit, dan Content*) terhadap *Behavioral Intention*.
3. Untuk menguji apakah model UTAUT2 yang telah dimodifikasi layak digunakan untuk memprediksi *Behavioral Intention* dalam pengadopsian layanan *streaming* Disney+ Hotstar.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

1. Untuk memperkaya konsep dan teori pendukung dalam mengenai model *Modified Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2* (UTAUT 2).
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan ilmu konseptual bagi peneliti sejenis maupun sivitas akademika dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan untuk kemajuan dalam dunia pendidikan.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi Disney+ Hotstar dalam meningkatkan layanan terhadap konsumen.
2. Bagi Pemerintah
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk pemerintah dalam memanfaatkan layanan *streaming* secara positif.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang merupakan gambaran tepat mengenai isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi dasar teori dari penelitian yang dilakukan, mulai dari teori umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

BAB III METODE PENELITIAN DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi beberapa bagian, yaitu: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel, Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.