

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah menggeser pola konsumsi media oleh masyarakat dari televisi konvensional ke platform streaming berbasis *Over-The-Top* (OTT) khususnya pada generasi muda. Platform streaming seperti WeTV menjadi alternatif utama untuk mengakses konten hiburan, edukasi, dan informasi secara praktis dan fleksibel. Generasi Z (kelahiran 1997–2012) (Twenge, 2017; McKinsey & Company, 2021) menjadi pengguna dominan layanan OTT seperti WeTV, Netflix, dan Disney+ Hotstar di Indonesia. WeTV, sebagai platform streaming yang berasal dari Asia, menawarkan beragam konten lokal dan internasional, termasuk drama Korea, serial Cina, film Indonesia, dan produksi original WeTV yang menargetkan pengguna muda, khususnya Generasi Z.

Berbeda dengan platform streaming kompetitornya seperti Netflix dan Disney+ Hotstar yang mengharuskan penggunanya untuk membayar biaya langganan, WeTV memberikan pilihan kepada pelanggannya untuk menikmati tayangan secara gratis (dengan iklan) dan berbayar untuk mendapatkan konten-konten eksklusif. Selain itu, bila dibandingkan dengan Netflix dan Disney+ Hotstar sebagai pesaing yang menawarkan layanan streaming serupa, WeTV memiliki keunggulan yaitu memberikan biaya langganan yang lebih murah. Hal ini tentu saja menjadi salah satu nilai tambah dalam pemilihan WeTV dimasyarakat.

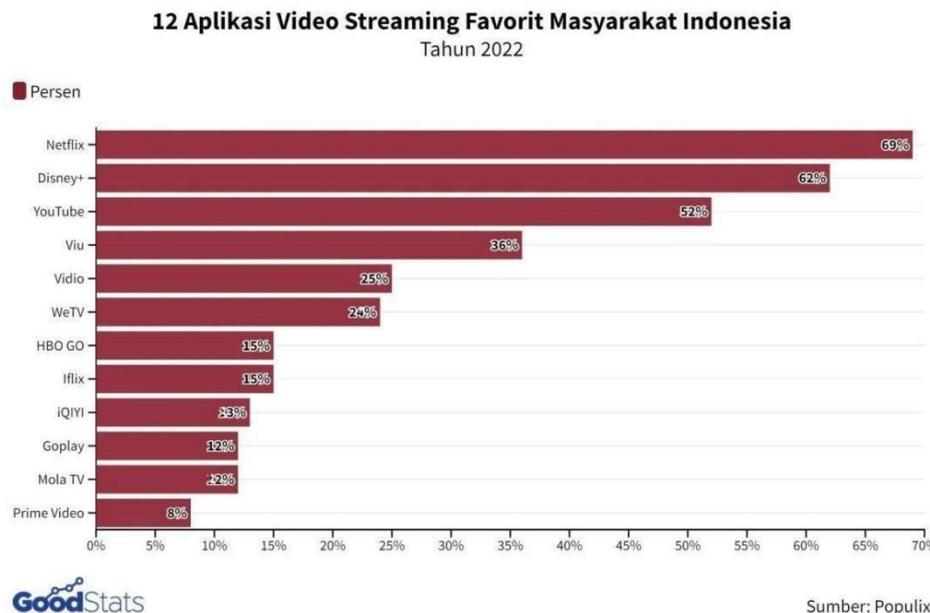
Tabel 1. Perbedaan Biaya Langganan Platform Streaming

No	Platform	Biaya Langganan Per Bulan	Penawaran
1	Netflix	Rp.120.000 - Rp.200.000	Basic (SD, 1 perangkat), Standard (Hd, 2 perangkat), Premium (4K, 4 perangkat). Kenaikan harga 5-10% pada tahun 2024
2	Disney+ Hotstar	Rp.49.000 - Rp. 59.000	Paket <i>single</i> (Rp. 49.000/bulan) dan bundle dengan Hulu/EPSON+ (jika tersedia). Promo <i>bundling</i> dengan Telkomsel tersedia sewaktu-waktu.
3	WeTV	Rp.35.000 - Rp.50.000	Fokus pada konten Asia (Korea, Cina, India, dan Lokal Indonesia). Penawaran diskon hingga 50% serta menyediakan paket <i>bundling</i> dengan Telkomsel dan XL Axiata.

Sumber : Antara (2024)

Berdasarkan data BPS (2022), Gen Z menyumbang 27% populasi Indonesia (± 69 juta jiwa), dan sekitar 90% dari Gen Z di Indonesia aktif menggunakan internet untuk edukasi dan media hiburan. Dengan durasi

penggunaan internet rata-rata 6 jam/hari, Gen Z menempati posisi pertama sebagai pengguna internet terbanyak, diikuti dengan Gen Y/ Milenial (kelahiran 1981–1996) pada urutan kedua, dan diposisi terakhir yaitu Gen X (kelahiran 1965–1980) dan Boomers (kelahiran 1946–1964) (Kominfo, 2022 & Pew Research Center, 2023). Gen Z dikenal sebagai *digital natives* karena menjadi generasi pertama yang tumbuh di lingkungan sepenuhnya digital, di mana teknologi informasi dan komunikasi (TIK) menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Gen Z lahir di era dimana internet, *smartphone*, dan perangkat digital sudah umum digunakan (Prensky, M., 2001). Mereka tidak mengenal dunia "pra-internet" dan langsung terpapar teknologi sejak anak-anak. Hal ini membuat Gen Z cenderung lebih cepat mempelajari dan menggunakan teknologi baru seperti aplikasi, platform media sosial, atau layanan digital dibandingkan generasi sebelumnya (*digital immigrants*) (Common Sense Media, 2021). Nielsen (2021) melaporkan bahwa 68% Gen Z di Indonesia menunjukkan kebiasaan *multitasking* digital, dimana mereka dapat menggunakan beberapa perangkat sekaligus (misalnya menggunakan *smartphone* sambil menonton TV atau video *online*). Fenomena ini menjadikan Gen Z sebagai segmen pasar strategis bagi penyedia layanan streaming, terutama dalam mempertahankan penggunaan berkelanjutan. Hal ini menjadi alasan mengapa Gen Z dijadikan target penelitian ini.



Gambar 1. Aplikasi Video Streaming Favorit Masyarakat Indonesia (Sumber: Populix, 2022)

Menurut laporan Media Partners Asia (2022), WeTV memiliki lebih dari 50 juta pengguna aktif bulanan (*monthly active users/MAU*) di Asia Tenggara, dengan pertumbuhan tertinggi di Indonesia, Thailand, dan Filipina. Pertumbuhan platform *Over-The-Top* (OTT) seperti WeTV di Indonesia yang pesat, dengan pengguna mencapai 24% dari pengguna platform OTT pada 2022 (Populix, 2022). Berdasarkan Statista (2023) Gen Z cenderung lebih loyal pada platform yang menyediakan konten sesuai preferensi mereka, seperti drama Asia, serial interaktif, dan fitur personalisasi. Hal ini menjadikan analisis niat penggunaan berkelanjutan WeTV ini relevan untuk diteliti.

Dalam rangka meningkatkan popularitasnya, WeTV memiliki strategi pemasaran yang cukup agresif di media sosial seperti Instagram, TikTok, dan LINE untuk menjangkau Gen Z. Selain itu, WeTV juga menjalin kemitraan dengan operator lokal, seperti Telkomsel dan XL Axiata untuk menawarkan paket *bundling* (misalnya, kuota internet + langganan WeTV) (Telkomsel Press Release, 2022 & Detikinet News, 2022). Kolaborasi ini tentu saja membantu meningkatkan penetrasi pengguna WeTV terlebih Telkomsel dan XL Axiata menempati posisi pertama dan kedua sebagai operator yang paling banyak digunakan di Indonesia (Statista, 2023). Hal ini tentu saja ikut berkontribusi dalam memikat Gen Z untuk lebih banyak terpapar dengan WeTV, sebab Gen Z dikenal sebagai generasi yang menyukai segala sesuatu yang praktis, cepat, dan efisien dalam segala aspek kehidupan, terutama dalam mengakses informasi, hiburan, dan layanan digital.

Agar dapat bertahan dengan semakin kompetitifnya industri streaming digital saat ini, platform steaming perlu melakukan berbagai usaha untuk tidak hanya menarik pengguna baru, tetapi juga memastikan retensi pengguna. Niat penggunaan berkelanjutan menjadi indikator kunci untuk memahami faktor-faktor yang dapat mempertahankan pelanggan dan membuat pelanggan bersedia untuk tetap berlangganan. Studi tentang hal ini tentu saja dapat membantu platform untuk merancang strategi dalam meningkatkan retensi pengguna. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Gupta & Kumar (2021), negara berkembang seperti India dan Indonesia harus memahami preferensi lokal untuk mengurangi *churn rate* (tingkat kehilangan pelanggan). Meskipun beberapa studi telah dilakukan untuk mengeksplorasi perilaku pengguna platform streaming di berbagai kota besar di Indonesia. Namun hasilnya belum tentu dapat mewakili seluruh populasi sebab wilayah non-metropolis seperti Kota Jambi tentu memiliki karakteristik yang berbeda. WeTV sebagai platform streaming perlu memahami faktor apa saja yang memengaruhi keberlanjutan penggunaan terkhusus oleh Generasi Z yang tercatat menjadi pengguna aktif WeTV sebanyak 50% dari total pengguna di Asia Tenggara berdasarkan laporan keuangan Trencent tahun 2021 - 2023. Salah satu metode yang dapat mengukur penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi adalah TAM (*Technology Acceptance Model*). Salah satu variabel yang ada pada metode tersebut yaitu *Behavioral Intention to Use* (BIU) dapat digunakan untuk melihat niat untuk terus menggunakan suatu teknologi, atau dalam penelitian ini untuk melihat penggunaan berkelanjutan platform streaming WeTV.

Berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), penerimaan teknologi oleh pengguna dipengaruhi oleh dua variabel utama: *perceived usefulness* (PU) dan *perceived ease of use* (PEOU). PU mengukur seberapa besar pengguna merasa teknologi meningkatkan efisiensi atau manfaat, sementara PEOU mengukur seberapa mudah teknologi tersebut digunakan. Kedua variabel ini berkontribusi pada sikap pengguna (*attitude toward using*) dan niat untuk terus menggunakan (*behavioral intention*), yang pada akhirnya memengaruhi penggunaan aktual (*actual system use*) (Venkatesh & Davis, 2000; Al-Emran et al., 2021).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti akan menganalisis niat penggunaan berkelanjutan layanan streaming WeTV dengan judul “Analisis Niat Penggunaan Berkelanjutan WeTV Pada Kalangan Gen Z di Kota Jambi Menggunakan Metode *Technology Acceptance Model* (TAM)”.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah variabel pada metode TAM berpengaruh positif terhadap niat penggunaan berkelanjutan WeTV pada kalangan Gen Z di Kota Jambi?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah variabel pada metode TAM berpengaruh positif terhadap niat penggunaan berkelanjutan WeTV pada kalangan Gen Z di Kota Jambi?

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi pembaca agar mendapatkan wawasan terkait teori yang berkaitan dengan niat penggunaan berkelanjutan WeTV pada kalangan Gen Z di kota Jambi berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM).

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan gambaran apabila terdapat kekurangan pada aplikasi bagi pihak pengembang serta lembaga penyedia layanan sejenis, sehingga pihak terkait mampu menyediakan layanan yang lebih baik, efektif, dan efisien dalam memenuhi kebutuhan penggunanya.

1.5. Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada analisis niat penggunaan berkelanjutan WeTV pada kalangan Gen Z (18-28 tahun) di Kota Jambi dengan menguji variabel inti model TAM (*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude Toward Using, Behavioral Intention to Use, dan Actual Use*) melalui metode kuantitatif dan analisis SEM-PLS.