

**Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @NetflixId Terhadap
Minat Berlangganan Netflix di Kalangan *Followers* Dengan Diperantarai
Oleh Variabel Sikap Pada Perilaku Berlangganan Netflix**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata-1

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Helga Mahardika

20200530161

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya bertandatangan dibawah ini,

Nama : Helga Mahardika
Nomor Induk Mahasiswa : 20200530161
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Broadcasting
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @NetflixId Terhadap Minat Berlangganan Netflix di Kalangan Followers Dengan Diperantarai Oleh Variabel Sikap Pada Perilaku Berlangganan Netflix”** adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari skripsi ini terbukti hasil plagiasi dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 10 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Helga Mahardika

MOTTO

“We’ll never know the real answer before we try.”

(Mahardika)

“Dengan cara apa dan bagaimana, semua orang berhak bahagia pada garis
masanya masing-masing”

(Mahardika)

“Hold on and hope that we’ll find our way back in the end”

(1975)

“Dunia tidak perlu tahu dia siapa, tetapi dunia harus tahu kalau dia istimewa”

(3726 mdpl)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt. atas berkat hidayah, taufik dan Amanah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orang paling berjasa di hidup saya, Ayahanda Ir. Imawan Eko Handriyanto, M.P. dan Ibunda Suminingsih, M.Pd., yang selalu berjuang demi kehidupan penulis, terima kasih atas cinta, doa, dan dukungan yang tiada henti sepanjang hidup penulis. Tanpa kasih sayang dan pengorbanan mereka, penulis tidak akan mampu mencapai titik ini.
2. Kepada Kakak dan Adik saya, Azhar Gilang Pradana dan Maritza Maulida, Terima kasih selalu bisa telah menjadi sosok kakak dan adik yang baik bagi penulis. Kalian adalah dua orang yang selalu berhasil menghadirkan tawa dalam hidup penulis.
3. Teman-teman terdekat penulis, rezeki bukan selalu tentang uang, memiliki teman *supportif*, loyal dan selalu ada dalam segala keadaan itu juga hal yang wajib disyukuri. Teruntuk Abid, Zhofron, Dimas, Satrio, Rifat, Yahya, Mazza, Dinda, Risma, Mia, dan Azizah. Terima kasih sudah mau mengenal dan berteman dengan penulis. Penulis merasa sangat beruntung bisa hadir di tengah-tengah kalian. Semoga dalam menjalani segala rencana kalian kedepannya diberikan kelancaran hingga mimpi itu terwujud satu per satu.
4. Teruntuk wanita yang pernah menjadi alasan penulis tersenyum saat masa kuliah, tidak ada kata lain yang dapat diungkapkan kecuali terima kasih. Terima kasih telah selalu ada dan selalu bisa menghibur saat masa-masa sulit

penulis. Semangat memperjuangkan semua mimpi-mimpi yang pernah engkau ceritakan itu dan sampai jumpa di titik terbaik menurut takdir.

5. Teruntuk notifikasi favorit penulis, tuntas ya untuk gelar ini. Penulis percaya bahwa dia yang terbaik juga harus diperjuangkan dengan cara terbaik. Jadi, terima kasih telah memberikan banyak pelajaran hidup baik secara langsung maupun tidak langsung bagi penulis. Teruslah bertumbuh untuk segala hal baik yang diimpikan. Selamat mendapat giliran memperjuangkan huruf di belakang nama indahmu itu. Semoga hal baik selalu beriringan pada perjalananmu berikutnya. *Feel happy and proud for u more!*
6. Teruntuk seseorang yang namanya belum bisa dituliskan dengan jelas di sini, namun sudah tercatat jelas di Lauhul Mahfudz untuk penulis, terima kasih telah menjadi sumber motivasi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini sebagai bagian dari usaha memantaskan diri untukmu kelak. Penulis percaya bahwa apa yang kita usahakan akan selaras dengan apa yang kita peroleh.
7. Teruntuk almamter tercinta kampus muda mendunia, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, penulis merasa bangga bisa berproses, belajar, dan menjadi bagian dari keluarga besar ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Instagram @NetflixId terhadap Minat Berlangganan Netflix Di Kalangan *Followers* Dengan Diperantarai Oleh Variabel Sikap Pada Perilaku Berlangganan Netflix" dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi Strata-1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan doa dalam proses penyusunan skripsi ini.

1. Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan pertolongan-Nya yang tak terhingga, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Kedua Orang Tua, terima kasih atas cinta, doa, dan dukungan yang tiada henti sepanjang hidup penulis. Tanpa kasih sayang dan pengorbanan mereka, penulis tidak akan mampu mencapai titik ini.
3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, serta arahan selama penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Prof. Dr. Suciati, S.Sos., M.Si. dan Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si., selaku dosen penguji yang telah memberikan waktu, tenaga, serta pengetahuan yang berharga dalam memberikan bimbingan, masukan, dan saran yang konstruktif selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Terima kasih atas ilmu, pengetahuan, dan pengalaman yang telah diberikan selama penulis menempuh masa studi.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan memberikan pahala yang berlimpah kepada semua pihak yang telah membantu penulis. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi semua pembaca.

Yogyakarta, 10 Juli 2024



Helga Mahardika

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
1. Manfaat Praktik	9
2. Manfaat Teoritis.....	9
E. Kajian Teori.....	10
1. <i>Theory of Reasoned Action</i>	10
2. Sikap.....	14
3. Terpaan Media	17
4. Minat Beli (Berlangganan).....	20
F. Definisi Konseptual.....	23
G. Definisi Operasional.....	26
H. Hipotesis Penelitian.....	28
I. Model Penelitian	29
J. Metode Penelitian.....	30
1. Jenis Penelitian	30
2. Tempat dan Waktu Penelitian	31
3. Populasi dan sampel	32

4. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data.....	34
5. Instrumen Penelitian.....	34
6. Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	36
7. Teknik Analisis Data.....	41
BAB II PROFIL PERUSAHAAN	44
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	44
B. Sejarah Netflix.....	45
C. Logo Netflix	46
D. Visi dan Misi	47
E. Struktur Organisasi Netflix	47
F. Sosial Media Instagram Netflix Indonesia	48
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Deskripsi Variabel	49
1. Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Intensitas mengakses akun Instagram @NetflixId (X)	49
2. Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Sikap pada perilaku berlangganan Netflix (Z).....	52
3. Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Sikap pada perilaku berlangganan Netflix (Y)	55
B. PENGUJIAN HIPOTESIS	58
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	73
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Konsep Variabel	26
Tabel 1.2 Skala Penilaian Instrumen Penelitian	35
Tabel 1.3 Hasil Uji Validitas Analisis <i>Output KMO and Bartlett's Test</i>	37
Tabel 1.4 Hasil Uji Validitas Analisis Hasil <i>Output Anti-Image Correlation</i>	37
Tabel 1.5 Uji Validitas Hasil <i>Rotated Component Matrix</i>	38
Tabel 1.6 Hasil Perhitungan Uji Realibilitas.....	40
Tabel 2.1 Struktur Organisasi Netflix	47
Tabel 3. 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Intensitas mengakses akun Instagram @NetflixId (X).....	50
Tabel 3. 2 Distribusi Frekuensi Variabel Intensitas Mengakses Instagram @NetflixId	50
Tabel 3. 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Sikap pada perilaku berlangganan Netflix (Z)	52
Tabel 3. 4 Distribusi Frekuensi Variabel Sikap Pada Berlangganan Netflix.....	53
Tabel 3. 5 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Minat Berlangganan Netflix (Y)	55
Tabel 3. 6 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Berlangganan Netflix	56
Tabel 3. 7 <i>Output Model Summary</i> Variabel Intensitas mengakses Instagram @NetflixId (X) pada sikap individu terhadap berlangganan Netflix (Z).....	58
Tabel 3. 8 <i>Output Coefficient</i> Regresi Variabel Intensitas mengakses Instagram @NetflixId (X) pada sikap individu terhadap berlangganan Netflix (Z).....	60
Tabel 3. 9 <i>Output Model Summary</i> Variabel sikap individu terhadap berlangganan Netflix (Z) pada minat berlangganan Netflix (Y)	60
Tabel 3. 10 <i>Output Coefficient</i> Regresi Variabel sikap individu terhadap berlangganan Netflix (Z) pada minat berlangganan Netflix (Y).....	60
Tabel 3. 11 <i>Output Model Summary</i> Variabel intensitas akses Instagram Netflix (X) terhadap minat berlangganan Netflix (Y)	61
Tabel 3. 12 <i>Output Coefficient</i> Regresi Variabel intensitas akses Instagram Netflix (X) terhadap minat berlangganan Netflix (Y).....	61

Tabel 3. 13 <i>Output Model Summary</i> Variabel intensitas akses Instagram Netflix (X) terhadap minat berlangganan Netflix (Y) dengan melibatkan sikap individu terhadap berlangganan Netflix (Z).....	62
Tabel 3. 14 <i>Output Coefficient</i> Regresi Variabel intensitas akses Instagram Netflix (X) terhadap minat berlangganan Netflix (Y) dengan melibatkan sikap individu terhadap berlangganan Netflix (Z).....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data pengguna Netflix di seluruh dunia kuartal III 2024.....	3
Gambar 1.2 Data pengguna Instagram di seluruh dunia tahun 2024.....	4
Gambar 1.3 Profil Instagram dan salah satu konten @NetflixId.....	6
Gambar 1.4 Teori Tindakan Beralasan (diadaptasi dari Ajzen & Fishbein, 1980; dalam Azwar, Saifuddin. 2022).....	23
Gambar 1.5 Kerangka Berpikir.....	30
Gambar 1.6 Jalur Pengujian Hipotesis 3D.....	42
Gambar 2. 1 Logo Netflix.....	46
Gambar 3. 1 Output Analisis Jalur Pengujian Hipotesis 3D.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Instrumen Penelitian	80
Lampiran 2.2 Output Data Kuesioner	85