KOMUNIKATA57
Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi
p-ISSN: 2774-3616
e-ISSN: 2774-3624
diterbitkan oleh
Program Studi Ilmu Komunikasi
Institut Bisnis dan Informatika (IBI) Kosgoro 1957
dibawah pembinaan
APJIKI
Vol. 7, No. 2, Oktober 2026, pp. 214-223

# MAKNA DAN MINAT MASYARAKAT TERHADAP PILIHAN TAYANGAN DI NETFLIX

**PENULIS** [1)]Susana, [2)]Mursyid Kasmir, [3)]Jaqualine Pramanta Putra

**ABSTRAK**

Perkembangan media digital telah mengubah cara masyarakat mengakses hiburan, salah satunya melalui layanan streaming Netflix. Netflix menyediakan berbagai pilihan tayangan yang dapat diakses kapan saja sehingga memberikan kebebasan kepada pengguna untuk menentukan konten sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi makna yang dibangun masyarakat terhadap pilihan tayangan di Netflix serta menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam memilih tayangan pada platform tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap pengguna aktif Netflix. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat memaknai Netflix tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana edukasi, aktualisasi diri, dan pembentukan identitas sosial. Minat masyarakat dalam memilih tayangan dipengaruhi oleh rekomendasi algoritma, kualitas cerita, genre, tren media sosial, serta kebutuhan psikologis pengguna. Temuan ini memperkuat perspektif teori *Uses and Gratifications* yang memandang khalayak sebagai pengguna media aktif dalam menentukan pilihan tayangan untuk memenuhi kebutuhan dan memperoleh kepuasan tertentu.

Kata Kunci: Makna, Minat Masyarakat, Komunikasi Massa, *Uses and Gratifications*

***ABSTRACT***

*The development of digital media has transformed the way people access entertainment, particularly through streaming services such as Netflix. Netflix offers a wide variety of content that can be accessed at any time, providing users with the freedom to select content according to their needs and preferences. This study aims to identify the meanings that people construct regarding their content choices on Netflix and to analyze the factors influencing their interest in selecting content on the platform. This research employs a qualitative approach within a constructivist paradigm. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation involving active Netflix users. The data were analyzed using the Miles and Huberman model, which consists of data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that people perceive Netflix not only as a medium of entertainment but also as a means of education, self-actualization, and social identity formation. People's interest in selecting content is influenced by algorithmic recommendations, storytelling quality, genre, social media trends, and users' psychological needs. These findings reinforce the perspective of the Uses and Gratifications theory, which views audiences as active media users who make their own content choices to fulfill their needs and achieve particular forms of gratification.*

*Keywords*: *Meaning, Public Interest, Mass Communication, Uses and Gratifications*

**AFILIASI**
Prodi, Fakultas: [1,2)]Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bahasa
[3)]Studi Penyiaran, Fakultas Komunikasi dan Bahasa
Nama Institusi: [1,2,3)]Universitas Bina Sarana Informatika
Alamat Institusi: [1,2,3)]Jl. Kayu Jati V No.2 Pemuda, Rawamangun, Jakarta Timur

**KORESPONDENSI**
Penulis: Susana
Email: susana.suq@bsi.ac.id

**LICENSE**
*This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.*

DOI: https://doi.org/10.55122/kom57.v7i2.2468

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah membawa perubahan dalam pola konsumsi media masyarakat, terutama dalam mengakses hiburan audiovisual. Kehadiran internet memungkinkan masyarakat memperoleh informasi dan menikmati berbagai tayangan tanpa bergantung pada jadwal penyiaran televisi konvensional. Perubahan tersebut mendorong berkembangnya layanan *over-the-top* (OTT) yang menyediakan konten audiovisual melalui jaringan internet. Salah satu layanan tersebut adalah Netflix, yang menawarkan beragam film, serial, dokumenter, animasi, dan program orisinal dari berbagai negara. Melalui layanan sesuai permintaan (*on-demand*), pengguna memiliki kebebasan menentukan jenis tayangan, waktu menonton, dan durasi penggunaan berdasarkan kebutuhan serta preferensi masing-masing. Steiner dan Xu (2020) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi *streaming* telah mengubah kebiasaan konsumsi audiovisual, termasuk motivasi dan pengalaman khalayak dalam menikmati tayangan.

Perubahan pola konsumsi media menunjukkan semakin besarnya peran khalayak dalam menentukan konten yang dikonsumsi. Masyarakat tidak lagi hanya menerima tayangan yang disediakan oleh lembaga penyiaran, tetapi juga melakukan pemilihan berdasarkan kepentingan dan pengalaman pribadi. Wratsari et al. (2022) mengkaji penggunaan layanan *streaming* di Indonesia dengan mengintegrasikan pendekatan penerimaan teknologi dan pemenuhan kebutuhan pengguna. Penelitian tersebut memperlihatkan pentingnya aspek teknologi dan motivasi dalam memahami penggunaan layanan media digital. Sementara itu, Castro et al. (2021) menemukan bahwa aktivitas menonton Netflix secara berkelanjutan berkaitan dengan kebutuhan relaksasi, pengurangan kejenuhan, dan keinginan untuk melepaskan diri sementara dari aktivitas sehari-hari. Temuan tersebut menunjukkan bahwa konsumsi tayangan digital merupakan aktivitas yang dipengaruhi oleh kondisi psikologis dan kebutuhan individual.

Pilihan tayangan Netflix dapat dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan, seperti genre, alur cerita, pemeran, popularitas, rekomendasi pengguna lain, serta pengalaman menonton sebelumnya. Selain itu, sistem rekomendasi algoritmik memiliki peran penting dalam memperkenalkan konten yang dianggap relevan dengan preferensi pengguna. Pajkovic (2022) menjelaskan bahwa sistem rekomendasi Netflix berperan dalam membentuk selera dan pengalaman konsumsi audiovisual melalui mekanisme personalisasi konten. Cha (2026) menemukan bahwa persepsi mengenai ketepatan dan keberagaman rekomendasi, kepercayaan terhadap kecerdasan buatan, serta keterikatan dengan platform berkaitan dengan tingkat ketergantungan pengguna pada rekomendasi algoritmik. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan tayangan tidak hanya dipengaruhi oleh ketertarikan terhadap konten, tetapi juga oleh cara platform menyajikan berbagai alternatif kepada penggunanya.

Peran algoritma dalam menentukan keterlihatan konten menjadi semakin penting seiring bertambahnya jumlah tayangan yang tersedia. Chandra dan Meilani (2026) menemukan bahwa sistem rekomendasi Netflix berkontribusi terhadap penemuan film Indonesia oleh pengguna, meskipun mekanisme tersebut juga menimbulkan persoalan mengenai visibilitas dan keberagaman representasi budaya lokal. Sejalan dengan itu, Zielnicki et al. (2026) menunjukkan bahwa rekomendasi yang dipersonalisasi dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan memengaruhi keragaman konten yang dikonsumsi. Kedua penelitian tersebut memperlihatkan bahwa algoritma tidak sekadar berfungsi sebagai fasilitas pencarian, tetapi turut membentuk pengalaman pengguna dalam menemukan dan menentukan tayangan. Meskipun demikian, keputusan akhir tetap berkaitan dengan kebutuhan, preferensi, dan pertimbangan individu ketika berhadapan dengan konten yang direkomendasikan.

Fenomena pemilihan tayangan dapat dijelaskan melalui teori *Uses and Gratifications* yang menempatkan khalayak sebagai pihak aktif dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Katz et al. (1973) menjelaskan bahwa penggunaan media berkaitan dengan kebutuhan dan harapan individu terhadap kepuasan yang dapat diperoleh melalui konsumsi media. Perspektif ini menekankan bahwa pengguna memiliki motivasi berbeda dalam mencari hiburan, informasi, relaksasi, identitas pribadi, dan interaksi sosial. Dalam konteks Netflix, Pittman dan Sheehan (2015) menemukan bahwa perilaku menonton serial secara berkelanjutan (*binge-watching*) berkaitan dengan kebutuhan relaksasi, keterlibatan, kesenangan, kualitas program, serta aspek sosial. Dengan demikian, aktivitas menonton tidak hanya berkaitan dengan penggunaan waktu luang, tetapi juga dengan upaya individu memperoleh pengalaman dan kepuasan tertentu melalui media digital.

Motivasi menonton juga memiliki keterkaitan dengan pengalaman emosional pengguna. Rubenking dan Bracken (2018) menemukan bahwa kebiasaan menonton secara berkelanjutan berkaitan dengan ketegangan cerita, antisipasi terhadap kelanjutan tayangan, dan kebutuhan mengelola emosi. Sementara itu, Steiner dan Xu (2020) mengidentifikasi beberapa motivasi menonton berkelanjutan, termasuk relaksasi, keinginan menyelesaikan cerita, mengikuti perkembangan tayangan, serta memperoleh pengalaman menonton yang lebih

memuaskan. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa keterlibatan khalayak dalam mengonsumsi tayangan tidak sepenuhnya ditentukan oleh karakteristik platform, tetapi juga oleh hubungan antara isi cerita dan kondisi emosional penonton. Pengalaman tersebut dapat memengaruhi ketertarikan untuk mengikuti serial tertentu maupun memilih tayangan lain dengan karakteristik serupa.

Selain motivasi penggunaan media, makna yang dibangun khalayak terhadap tayangan merupakan aspek penting dalam memahami perilaku konsumsi media digital. Makna tidak hanya ditentukan oleh pesan yang disampaikan melalui film atau serial, tetapi juga terbentuk melalui proses interpretasi berdasarkan pengetahuan, pengalaman, nilai, dan lingkungan sosial pengguna. Hall (1973) melalui kerangka *encoding/decoding* menjelaskan bahwa khalayak dapat menafsirkan pesan media berdasarkan posisi pemaknaan yang berbeda. Dalam penelitian mengenai penerimaan mahasiswa Indonesia terhadap film *Mentega Terbang*, Annisa et al. (2025) memperlihatkan bahwa interpretasi terhadap representasi agama dan keberagaman budaya dipengaruhi oleh konteks sosial serta pemahaman khalayak. Temuan tersebut menunjukkan bahwa satu tayangan dapat menghasilkan pemaknaan yang beragam karena setiap pengguna membawa pengalaman dan kerangka interpretasi yang berbeda.

Pemaknaan tayangan dapat mencakup aspek hiburan, emosional, sosial, budaya, personal, dan informatif. Film komedi dapat dipahami sebagai sarana memperoleh kesenangan, sedangkan dokumenter dapat dimaknai sebagai sumber pengetahuan mengenai kehidupan sosial, sejarah, atau budaya. Tayangan drama dapat membangkitkan keterlibatan emosional melalui konflik dan hubungan antarkarakter, sementara film bertema sosial dapat mendorong refleksi terhadap pengalaman kehidupan. Dalam konteks tersebut, khalayak tidak hanya menerima informasi audiovisual, tetapi juga menghubungkan pesan yang disampaikan dengan kondisi dan pengalaman pribadinya. Perspektif resepsi khalayak memberikan dasar untuk memahami bahwa makna yang diperoleh pengguna merupakan hasil interaksi antara isi tayangan dan proses interpretasi individu, bukan sekadar makna tunggal yang ditentukan oleh pembuat konten.

Penelitian mengenai pengguna Netflix di Indonesia juga memperlihatkan keterkaitan antara motivasi penggunaan media dan pengalaman sosial. Aulia et al. (2023) menemukan bahwa motivasi hiburan dan presentasi diri memiliki hubungan yang signifikan dengan hubungan parasosial penonton Netflix, sedangkan motivasi mengisi waktu luang tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara parsial. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa konsumsi tayangan dapat melibatkan kedekatan emosional dengan karakter maupun pengalaman sosial yang terbentuk melalui konten audiovisual. Pengguna dapat mengidentifikasi pengalaman pribadi melalui cerita, membangun ketertarikan terhadap karakter tertentu, atau menjadikan tayangan sebagai bahan percakapan dengan lingkungan pertemanan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengalaman menonton memiliki dimensi psikologis dan sosial yang perlu diperhatikan ketika mengkaji minat masyarakat terhadap pilihan tayangan.

Abadi et al. (2025) menunjukkan bahwa motivasi penggunaan media, karakteristik representasi platform, dan persepsi interaktivitas memiliki keterkaitan dengan kepuasan penonton Netflix di Jawa Timur. Temuan tersebut memperkuat pandangan bahwa pengalaman pengguna tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan konten, tetapi juga oleh kebutuhan dan interaksi pengguna dengan platform. Sementara itu, Fajriyah et al. (2025) menemukan bahwa penggunaan Netflix berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menonton film Indonesia, dengan kontribusi sebesar 51,6% pada responden yang diteliti. Kedua penelitian tersebut memperlihatkan bahwa motivasi penggunaan media dan pengalaman mengakses platform berkaitan dengan kepuasan serta minat menonton. Namun, pengukuran kepuasan dan minat belum sepenuhnya menjelaskan bagaimana pengguna memberikan makna subjektif terhadap tayangan yang dipilih dan menghubungkan makna tersebut dengan pengalaman kehidupannya.

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu, pembahasan mengenai Netflix telah berkembang pada sejumlah aspek, seperti penerimaan teknologi, motivasi penggunaan media, perilaku *binge-watching*, rekomendasi algoritmik, kepuasan pengguna, hubungan parasosial, dan minat menonton. Castro et al. (2021) dan Rubenking dan Bracken (2018) menekankan pengalaman serta motivasi emosional dalam aktivitas menonton, sedangkan Pajkovic (2022), Cha (2026), dan Chandra dan Meilani (2026) memberikan perhatian pada peran sistem rekomendasi dalam membentuk pengalaman pemilihan konten. Di sisi lain, Abadi et al. (2025) dan Fajriyah et al. (2025) lebih menitikberatkan pada kepuasan pengguna dan minat menonton. Perbedaan fokus tersebut menunjukkan adanya ruang untuk memperdalam kajian mengenai hubungan antara pertimbangan memilih tayangan dan proses pembentukan makna subjektif khalayak, terutama melalui pendekatan komunikasi kualitatif.

Kesenjangan penelitian terletak pada perlunya pemahaman yang lebih terintegrasi mengenai alasan masyarakat memilih tayangan Netflix dan makna yang dibangun melalui pengalaman menonton. Kajian tentang motivasi, kepuasan, dan algoritma umumnya menjelaskan faktor yang berkaitan dengan penggunaan platform atau pemilihan konten, sedangkan kajian resepsi lebih menekankan proses interpretasi pesan audiovisual. Penelitian ini menghubungkan kedua aspek tersebut dengan menempatkan masyarakat sebagai khalayak aktif yang memiliki kebutuhan, motivasi, preferensi, serta kemampuan memberikan makna terhadap tayangan. Pendekatan ini memungkinkan pemilihan konten dipahami bukan sekadar sebagai keputusan konsumsi hiburan, tetapi sebagai proses komunikasi yang dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, lingkungan sosial, karakteristik tayangan, dan perkembangan teknologi digital.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengintegrasian teori *Uses and Gratifications*, teori resepsi khalayak, dan konsep paparan selektif (*Selective Exposure*) untuk memahami hubungan antara kebutuhan pengguna, minat memilih tayangan, dan makna yang dibangun setelah menonton. Ketiga perspektif tersebut digunakan untuk menjelaskan bagaimana masyarakat menentukan pilihan konten berdasarkan kebutuhan, melakukan seleksi terhadap tayangan yang dianggap relevan, serta membangun interpretasi berdasarkan pengalaman dan konteks sosialnya. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna yang dibangun masyarakat terhadap pilihan tayangan di Netflix serta mengidentifikasi faktor-faktor yang berkaitan dengan minat masyarakat dalam menentukan tayangan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi massa, khususnya mengenai perilaku khalayak, konsumsi media digital, serta hubungan antara preferensi konten dan pembentukan makna dalam masyarakat.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme untuk memahami makna dan minat masyarakat terhadap pilihan tayangan di Netflix. Pendekatan kualitatif digunakan karena penelitian berfokus pada pengalaman, pandangan, motivasi, dan interpretasi subjektif pengguna dalam menentukan serta memaknai tayangan yang dikonsumsi. Creswell dan Poth (2018) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif bertujuan memahami suatu fenomena berdasarkan pengalaman dan perspektif individu dalam konteks kehidupannya. Paradigma konstruktivisme memandang bahwa makna dibentuk melalui pengalaman, interaksi sosial, dan proses interpretasi individu terhadap realitas yang dihadapi. Oleh karena itu, penelitian ini menempatkan pengguna Netflix sebagai khalayak aktif yang memiliki kebebasan dalam memilih tayangan dan memberikan makna berdasarkan kebutuhan serta pengalaman masing-masing.

Subjek penelitian adalah pengguna aktif Netflix, sedangkan objek penelitian mencakup makna yang dibangun pengguna terhadap tayangan dan faktor-faktor yang memengaruhi minat mereka dalam memilih konten. Kajian difokuskan pada kebutuhan hiburan, informasi, relaksasi, identitas pribadi, dan interaksi sosial, serta pertimbangan dalam menentukan tayangan berdasarkan genre, alur cerita, rekomendasi, dan pengalaman menonton. Perspektif *Uses and Gratifications* digunakan untuk memahami motivasi pemilihan media, sedangkan teori resepsi khalayak digunakan untuk menelaah proses pembentukan makna terhadap konten audiovisual.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali alasan pemilihan tayangan, pengalaman menonton, kebutuhan yang ingin dipenuhi, serta makna yang diperoleh pengguna setelah mengonsumsi konten Netflix. Observasi diarahkan pada aktivitas dan kecenderungan pengguna dalam memilih tayangan, sedangkan dokumentasi digunakan sebagai sumber informasi pendukung yang relevan dengan fokus penelitian. Penggunaan ketiga teknik tersebut memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman mengenai perilaku konsumsi media dari berbagai sumber informasi. Menurut Creswell dan Poth (2018), penggunaan beragam sumber data dalam penelitian kualitatif membantu membangun pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai fenomena yang diteliti.

**Tabel 1. Fokus Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data**

| Fokus Penelitian | Aspek yang Dikaji | Teknik Pengumpulan Data |
|---|---|---|
| Motivasi penggunaan Netflix | Hiburan, relaksasi, informasi, identitas pribadi, dan interaksi sosial | Wawancara mendalam |
| Minat memilih tayangan | Genre, alur cerita, pemeran, rekomendasi, dan preferensi pengguna | Wawancara dan observasi |
| Pemaknaan tayangan | Makna hiburan, emosional, sosial, budaya, personal, dan informatif | Wawancara mendalam |
| Pengalaman penggunaan Netflix | Kebiasaan menonton, pilihan konten, dan pengalaman pengguna | Observasi dan dokumentasi |

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang mencakup kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Pada tahap kondensasi, data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi dipilih, dikelompokkan, serta difokuskan berdasarkan relevansinya dengan tujuan penelitian. Data kemudian disajikan dalam bentuk uraian deskriptif dan pengelompokan tema untuk memperlihatkan hubungan antara motivasi, minat, pengalaman menonton, dan pemaknaan tayangan. Tahap akhir dilakukan melalui penarikan serta verifikasi kesimpulan dengan menelaah keterkaitan antartemuan dan kesesuaiannya dengan perspektif teori yang digunakan. Miles et al. (2014) menekankan bahwa analisis data kualitatif merupakan proses interaktif yang berlangsung secara berkesinambungan sejak pengumpulan data hingga terbentuknya kesimpulan penelitian.

Melalui tahapan tersebut, analisis diarahkan untuk mengidentifikasi pola pemilihan tayangan dan memahami bagaimana pengguna Netflix membangun makna berdasarkan kebutuhan psikologis, pengalaman pribadi, serta lingkungan sosialnya. Hasil analisis diinterpretasikan menggunakan teori *Uses and Gratifications* dan teori resepsi khalayak agar hubungan antara motivasi penggunaan media, minat memilih tayangan, dan pembentukan makna dapat dijelaskan secara sistematis.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Perubahan Pola Konsumsi Media dan Peran Aktif Khalayak

Perkembangan layanan streaming telah mengubah pola konsumsi media dari sistem penyiaran yang terjadwal menjadi layanan audiovisual yang dapat diakses berdasarkan kebutuhan pengguna. Perubahan tersebut memberikan keleluasaan kepada masyarakat untuk menentukan jenis tayangan, waktu menonton, serta durasi penggunaan media. Netflix menjadi salah satu platform yang menyediakan fleksibilitas tersebut melalui beragam pilihan film, serial, dokumenter, dan program audiovisual lainnya. Kondisi ini memperlihatkan adanya perubahan posisi khalayak dari penerima tayangan menjadi pengguna yang memiliki kendali lebih besar terhadap pengalaman konsumsi media.

Dalam konteks komunikasi massa, kebebasan memilih tayangan menunjukkan bahwa khalayak tidak sepenuhnya bergantung pada keputusan penyedia media. Pengguna dapat melakukan pencarian informasi, membandingkan berbagai pilihan, mempertimbangkan rekomendasi, serta menentukan konten yang dianggap mampu memenuhi kebutuhannya. Wratsari et al. (2022) menjelaskan bahwa penerimaan layanan streaming di Indonesia berkaitan dengan persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan motivasi memperoleh kepuasan melalui media digital. Dengan demikian, pemanfaatan Netflix dapat dipahami sebagai hasil interaksi antara karakteristik teknologi dan kebutuhan pengguna.

Perubahan tersebut juga memperlihatkan bahwa aktivitas menonton tidak hanya berkaitan dengan akses terhadap teknologi, tetapi mencakup proses pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh pengalaman dan preferensi pribadi. Pengguna dapat memilih tayangan untuk memperoleh hiburan, mengurangi kejenuhan, menambah pengetahuan, maupun mengikuti perkembangan budaya populer. Pilihan tersebut menunjukkan bahwa konsumsi media digital merupakan aktivitas yang memiliki tujuan dan makna berbeda bagi setiap individu.

**Tabel 2. Karakteristik Perubahan Pola Konsumsi Media**

| Aspek | Media Konvensional | Layanan Netflix |
|---|---|---|
| Akses tayangan | Mengikuti jadwal penyiaran | Berdasarkan permintaan pengguna |
| Pemilihan konten | Ditentukan oleh program siaran | Dipilih berdasarkan preferensi |
| Waktu menonton | Relatif terjadwal | Lebih fleksibel |
| Variasi konten | Bergantung pada saluran | Beragam genre dan kategori |
| Peran khalayak | Cenderung mengikuti program | Aktif melakukan seleksi |
| Pengalaman menonton | Lebih terikat jadwal | Lebih personal |

Tabel 2 memperlihatkan perbedaan karakteristik konsumsi media konvensional dan layanan Netflix. Perubahan utama terletak pada meningkatnya keleluasaan pengguna dalam mengendalikan aktivitas menonton. Fleksibilitas tersebut memungkinkan masyarakat menyesuaikan penggunaan media dengan kebutuhan hiburan dan aktivitas sehari-hari. Oleh karena itu, pemahaman mengenai perilaku pengguna Netflix tidak cukup hanya diarahkan pada frekuensi menonton, tetapi juga perlu mempertimbangkan motivasi dan makna yang diperoleh melalui tayangan.

### 3.2 Makna Tayangan Netflix bagi Masyarakat

Makna tayangan merupakan interpretasi subjektif yang terbentuk ketika pengguna menghubungkan isi konten dengan pengalaman, pengetahuan, kebutuhan, dan lingkungan sosialnya. Tayangan yang sama dapat menghasilkan pemahaman berbeda karena setiap individu memiliki latar belakang dan pengalaman yang tidak selalu serupa. Dalam konteks Netflix, pemaknaan dapat mencakup aspek hiburan, emosional, sosial, budaya, personal, serta informatif. Keenam dimensi tersebut menunjukkan bahwa konsumsi tayangan memiliki fungsi yang lebih luas daripada sekadar mengisi waktu luang.

**Tabel 3. Dimensi Makna Tayangan Netflix**

| Dimensi Makna | Bentuk Pemaknaan | Relevansi bagi Pengguna |
|---|---|---|
| Hiburan | Tayangan sebagai sumber kesenangan | Mengurangi kejenuhan dan menikmati waktu luang |
| Emosional | Tayangan membangkitkan perasaan tertentu | Memperoleh pengalaman emosional |
| Sosial | Tayangan menjadi bahan interaksi | Mendukung percakapan dan hubungan sosial |
| Budaya | Tayangan memperkenalkan nilai dan gaya hidup | Memperluas pemahaman lintas budaya |
| Personal | Tayangan dikaitkan dengan pengalaman diri | Mendorong refleksi dan identifikasi diri |
| Informatif | Tayangan memberikan informasi dan pengetahuan | Mendukung pembelajaran informal |

Dimensi hiburan menunjukkan bahwa film dan serial dapat berfungsi sebagai sarana memperoleh kesenangan serta mengalihkan perhatian dari rutinitas. Pengguna dapat memilih genre komedi untuk memperoleh pengalaman menyenangkan, sementara genre horor dapat memberikan ketegangan yang dianggap menarik. Perbedaan tersebut memperlihatkan bahwa pengalaman hiburan tidak bersifat seragam. Pittman dan Sheehan (2015) menemukan bahwa motivasi menonton Netflix berkaitan dengan relaksasi, keterlibatan, kesenangan, kualitas program, dan aspek sosial. Temuan tersebut memperkuat pemahaman bahwa pilihan tayangan dapat didorong oleh kebutuhan psikologis yang berbeda.

Dimensi emosional berkaitan dengan kemampuan cerita dan karakter dalam membangkitkan perasaan pengguna. Tayangan drama, misalnya, dapat memunculkan empati terhadap konflik yang dialami tokoh, sedangkan cerita inspiratif dapat mendorong penonton merefleksikan pengalaman pribadinya. Dalam kondisi tersebut, pengalaman menonton tidak berhenti pada penerimaan informasi audiovisual, tetapi melibatkan proses keterhubungan emosional dengan isi tayangan. Kedekatan emosional tersebut juga dapat memengaruhi ketertarikan pengguna untuk mengikuti kelanjutan cerita atau memilih tayangan dengan tema serupa.

Dimensi sosial memperlihatkan bahwa tayangan dapat menjadi bagian dari interaksi masyarakat. Film atau serial yang sedang populer dapat memunculkan percakapan, pertukaran pendapat, dan rekomendasi dalam lingkungan pertemanan. Aulia et al. (2023) menunjukkan bahwa motivasi hiburan dan presentasi diri memiliki hubungan dengan hubungan parasosial penonton Netflix. Hal ini memperlihatkan bahwa konsumsi media digital dapat berkaitan dengan pembentukan kedekatan emosional dan pengalaman sosial, meskipun hubungan parasosial tidak sama dengan interaksi sosial secara langsung.

Dimensi budaya dan personal berkaitan dengan cara pengguna memahami nilai, perilaku, identitas, serta pengalaman kehidupan yang direpresentasikan dalam tayangan. Netflix menyediakan konten dari beragam negara yang memungkinkan pengguna berhadapan dengan perbedaan budaya, bahasa, dan kebiasaan masyarakat. Melalui proses interpretasi, pengguna dapat membandingkan representasi tersebut dengan nilai yang berlaku dalam lingkungan kehidupannya. Annisa et al. (2025) memperlihatkan bahwa penerimaan khalayak terhadap tema agama dan multikulturalisme dalam film dapat menghasilkan interpretasi yang beragam. Dengan demikian, makna budaya dan personal tidak hanya ditentukan oleh isi cerita, tetapi juga oleh kerangka pengalaman penontonnya.

Sementara itu, dimensi informatif menunjukkan bahwa tayangan dapat menjadi sumber pengetahuan informal. Dokumenter, film sejarah, atau serial yang mengangkat persoalan sosial dapat memberikan informasi mengenai peristiwa dan kehidupan masyarakat. Namun, informasi tersebut tetap perlu dipahami secara kritis karena tidak seluruh representasi audiovisual menggambarkan realitas secara lengkap. Oleh karena itu, pengguna tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai pihak yang menafsirkan dan mengevaluasi pesan sesuai dengan pengetahuan yang dimilikinya.

### 3.3 Faktor-Faktor yang Berkaitan dengan Minat Memilih Tayangan Netflix

Minat masyarakat dalam memilih tayangan dapat dipahami sebagai kecenderungan untuk memberikan perhatian, mencari informasi, menentukan pilihan, dan mengonsumsi konten yang dianggap sesuai dengan kebutuhan. Dalam lingkungan Netflix, banyaknya alternatif tayangan menyebabkan pengguna mempertimbangkan berbagai faktor sebelum menentukan pilihan. Faktor tersebut mencakup genre, kualitas cerita, pemeran, rekomendasi algoritma, popularitas konten, tren media sosial, serta kebutuhan psikologis.

**Tabel 4. Faktor yang Berkaitan dengan Minat Memilih Tayangan**

| Faktor | Pertimbangan Pengguna | Implikasi terhadap Pemilihan |
|---|---|---|
| Genre | Kesesuaian jenis tayangan dengan selera | Mengarahkan pilihan awal |
| Kualitas cerita | Alur, konflik, dan pengembangan karakter | Membangun ketertarikan |
| Pemeran | Ketertarikan terhadap aktor atau karakter | Mendorong pencarian tayangan |
| Rekomendasi algoritma | Saran konten dari sistem Netflix | Memperkenalkan pilihan alternatif |
| Tren media sosial | Popularitas dan pembahasan suatu tayangan | Meningkatkan perhatian pengguna |
| Kebutuhan psikologis | Hiburan, relaksasi, dan pengalaman emosional | Memengaruhi tujuan menonton |
| Pengalaman sebelumnya | Kepuasan terhadap tayangan sejenis | Mendorong pemilihan ulang |

Tabel 4 menunjukkan bahwa minat memilih tayangan berkaitan dengan karakteristik konten dan kondisi individu. Genre dan kualitas cerita menjadi pertimbangan yang berkaitan langsung dengan karakteristik tayangan. Pengguna yang menyukai drama cenderung mencari cerita dengan konflik emosional, sedangkan pengguna yang tertarik pada dokumenter dapat mempertimbangkan relevansi informasi yang disajikan. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa preferensi konten memiliki hubungan dengan tujuan penggunaan media.

Rekomendasi algoritma dan tren media sosial merupakan sumber informasi tambahan yang dapat memengaruhi proses pemilihan. Sistem rekomendasi dapat memperkenalkan konten yang dianggap relevan dengan riwayat penggunaan, sedangkan media sosial menyediakan ulasan, cuplikan, dan percakapan mengenai tayangan tertentu. Kedua mekanisme tersebut berpotensi meningkatkan perhatian pengguna terhadap suatu konten. Meskipun demikian, rekomendasi dan popularitas tidak secara otomatis menentukan keputusan menonton karena pengguna tetap melakukan penilaian berdasarkan minat dan kebutuhannya.

Dalam penelitian Fajriyah et al. (2025), penggunaan Netflix memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menonton film Indonesia, dengan kontribusi sebesar 51,6% pada responden yang diteliti. Temuan tersebut memperlihatkan hubungan antara penggunaan platform digital dan minat terhadap tayangan tertentu. Sementara itu, Abadi et al. (2025) menunjukkan bahwa motivasi penggunaan media berperan penting dalam menjelaskan kepuasan penonton Netflix di Jawa Timur. Kedua penelitian tersebut mendukung pentingnya memahami pilihan tayangan melalui keterkaitan antara kebutuhan individu, karakteristik media, dan pengalaman pengguna.

### 3.4 Motivasi Penggunaan Netflix dalam Perspektif Uses and Gratifications

Teori Uses and Gratifications menjelaskan bahwa khalayak menggunakan media untuk memperoleh kepuasan atas kebutuhan tertentu. Perspektif ini menempatkan individu sebagai pengguna aktif yang memiliki tujuan dalam memilih media maupun konten. Dalam konsumsi Netflix, kebutuhan tersebut dapat meliputi hiburan, relaksasi, pencarian informasi, pembentukan identitas pribadi, dan interaksi sosial.

**Tabel 5. Keterkaitan Kebutuhan Pengguna dan Pilihan Tayangan**

| Kebutuhan | Orientasi Penggunaan | Contoh Kategori Tayangan |
|---|---|---|
| Hiburan | Memperoleh kesenangan | Komedi dan film hiburan |
| Relaksasi | Mengurangi kejenuhan | Tayangan ringan |
| Informasi | Menambah pengetahuan | Dokumenter |
| Identitas pribadi | Merefleksikan pengalaman diri | Drama kehidupan |
| Interaksi sosial | Memperoleh bahan percakapan | Film atau serial populer |
| Keterlibatan emosional | Mengikuti perkembangan cerita | Serial drama |

Keterkaitan antara kebutuhan dan pilihan tayangan memperlihatkan bahwa penggunaan Netflix memiliki orientasi yang beragam. Pengguna yang membutuhkan hiburan dapat memilih tayangan ringan, sedangkan pengguna yang ingin memperoleh informasi dapat mempertimbangkan dokumenter atau tayangan bertema pendidikan. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa kepuasan yang dicari melalui media sangat dipengaruhi oleh kebutuhan individu.

Pittman dan Sheehan (2015) menjelaskan bahwa perilaku binge-watching berkaitan dengan relaksasi, keterlibatan, dan kesenangan. Penelitian Abadi et al. (2025) juga menemukan bahwa motivasi penggunaan media, yang mencakup pencarian informasi, identitas pribadi, integrasi sosial, dan hiburan, berhubungan dengan kepuasan penonton Netflix. Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa konsumsi media digital tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh tujuan penggunaan dan pengalaman yang ingin diperoleh.

Dalam penelitian ini, perspektif Uses and Gratifications memberikan dasar konseptual untuk menjelaskan hubungan antara motivasi dan minat memilih tayangan. Pengguna dipahami sebagai pihak yang mempertimbangkan manfaat dan kesesuaian konten sebelum menentukan pilihan. Namun, motivasi memilih media dan kepuasan setelah menonton merupakan dua aspek yang perlu dibedakan. Motivasi menjelaskan kebutuhan yang mendorong penggunaan media, sedangkan kepuasan berkaitan dengan pengalaman yang diperoleh setelah media digunakan.

### 3.5 Pembentukan Makna melalui Teori Resepsi Khalayak

Teori resepsi khalayak menekankan bahwa pesan media tidak selalu menghasilkan interpretasi yang sama pada setiap pengguna. Makna terbentuk melalui proses interaksi antara isi tayangan dan kerangka pengalaman individu. Dalam perspektif encoding/decoding Stuart Hall, pembentukan makna dapat dipahami melalui tiga posisi pembacaan, yaitu dominan, negosiasi, dan oposisi.

**Tabel 6. Posisi Pemaknaan Khalayak terhadap Tayangan**

| Posisi Pembacaan | Karakteristik Interpretasi | Ilustrasi |
|---|---|---|
| Dominan (dominant reading) | Menerima makna utama yang ditawarkan tayangan | Menerima pesan moral cerita |
| Negosiasi (negotiated reading) | Menerima sebagian pesan dengan penyesuaian | Menyetujui nilai tertentu, tetapi mempertanyakan bagian lainnya |
| Oposisi (oppositional reading) | Menolak makna dominan berdasarkan pandangan berbeda | Mengkritisi representasi budaya atau perilaku tokoh |

Tabel 6 merupakan ilustrasi konseptual mengenai kemungkinan posisi pemaknaan khalayak, bukan hasil klasifikasi informan. Kerangka ini relevan karena Netflix menyediakan tayangan dengan beragam latar budaya, nilai sosial, dan representasi kehidupan. Pengguna dapat menerima pesan yang dianggap sesuai dengan nilai pribadinya, menyesuaikannya dengan pengalaman sendiri, atau menolak pandangan yang dianggap bertentangan dengan keyakinan dan pengetahuannya.

Annisa et al. (2025) menunjukkan adanya keragaman interpretasi mahasiswa Indonesia terhadap tema agama dan multikulturalisme dalam film Mentega Terbang. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa latar belakang sosial dan budaya berperan penting dalam proses penerimaan pesan audiovisual. Dalam konteks pilihan tayangan Netflix, kerangka resepsi khalayak dapat digunakan untuk memahami bagaimana pengguna membangun makna terhadap karakter, alur cerita, konflik, dan pesan yang ditampilkan.

Pemaknaan juga dapat memengaruhi pengalaman menonton berikutnya. Tayangan yang dianggap relevan dengan pengalaman pribadi berpotensi menumbuhkan ketertarikan terhadap cerita atau tema sejenis. Sebaliknya, tayangan yang tidak sesuai dengan preferensi pengguna dapat mengurangi keinginan untuk memilih konten serupa. Hubungan tersebut menunjukkan kemungkinan adanya keterkaitan antara interpretasi pesan dan pembentukan preferensi, meskipun arah serta kekuatan hubungan tersebut memerlukan dukungan data empiris.

### 3.6 Keterkaitan Makna dan Minat dalam Pemilihan Tayangan

Makna dan minat merupakan dua aspek yang saling berkaitan dalam konsumsi media digital. Minat dapat mendorong pengguna memilih tayangan tertentu, sedangkan pengalaman setelah menonton dapat membentuk penilaian serta pemaknaan terhadap konten yang dikonsumsi. Dengan demikian, pemilihan

tayangan tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan sebelum menonton, tetapi juga oleh pengalaman yang terbentuk selama dan setelah aktivitas menonton.

Pengguna yang memilih suatu tayangan berdasarkan ketertarikan terhadap genre tertentu dapat memperoleh pengalaman emosional maupun informatif yang berbeda dari harapannya. Pengalaman tersebut dapat membentuk persepsi baru mengenai kualitas cerita, karakter, dan nilai yang disampaikan. Ketika tayangan dianggap sesuai dengan kebutuhan, pengguna berpotensi mengembangkan ketertarikan terhadap konten sejenis. Namun, apabila tayangan tidak memenuhi harapan, pengguna dapat mempertimbangkan alternatif lain pada kesempatan berikutnya.

Secara konseptual, hubungan tersebut dapat dipahami melalui tiga tahapan, yaitu kebutuhan dan motivasi sebelum menonton, proses pemilihan serta konsumsi tayangan, dan pembentukan makna serta penilaian setelah menonton. Perspektif Uses and Gratifications membantu menjelaskan kebutuhan yang mendorong pemilihan media, sedangkan teori resepsi khalayak menjelaskan proses interpretasi pesan. Konsep paparan selektif (*Selective Exposure*) melengkapi kedua perspektif tersebut dengan menjelaskan kecenderungan individu memilih informasi yang sesuai dengan minat dan preferensinya.

Integrasi ketiga perspektif memberikan kerangka untuk memahami penggunaan Netflix sebagai proses komunikasi yang melibatkan teknologi, konten, dan khalayak. Dalam kerangka ini, masyarakat tidak dipandang sebagai penerima pesan yang pasif, melainkan sebagai pengguna yang memilih, mengonsumsi, menafsirkan, dan mengevaluasi tayangan sesuai dengan kebutuhan serta pengalaman masing-masing.

## IV. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pilihan tayangan Netflix berkaitan dengan kebutuhan, minat, preferensi, dan proses pemaknaan masyarakat dalam mengonsumsi media digital. Netflix tidak hanya dipahami sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media untuk memperoleh informasi, membangun pengalaman emosional, memperluas wawasan budaya, serta mendukung interaksi sosial dan pembentukan identitas pribadi. Minat masyarakat dalam menentukan tayangan berkaitan dengan berbagai faktor, seperti genre, kualitas cerita, pemeran, rekomendasi algoritma, tren media sosial, dan pengalaman menonton sebelumnya. Perbedaan kebutuhan dan latar belakang individu menyebabkan setiap pengguna memiliki pertimbangan serta interpretasi yang beragam terhadap konten yang dikonsumsi. Perspektif Uses and Gratifications menjelaskan bahwa khalayak berperan aktif dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, sedangkan teori resepsi khalayak memperlihatkan bahwa makna tayangan terbentuk melalui interaksi antara pesan media dan pengalaman pengguna. Dengan demikian, pemilihan tayangan merupakan proses komunikasi yang melibatkan kebutuhan psikologis, karakteristik konten, dan interpretasi subjektif masyarakat. Kajian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam memahami perilaku khalayak pada layanan streaming digital. Secara praktis, pemahaman mengenai kebutuhan dan preferensi pengguna dapat menjadi pertimbangan dalam pengembangan rekomendasi konten yang lebih relevan. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas karakteristik informan dan memperdalam analisis pengalaman pengguna agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara minat dan pembentukan makna tayangan dalam konteks perkembangan budaya digital masyarakat Indonesia.

## REFERENSI

Abadi, T. W., Refisca, S. F., Febriana, P., & Sobirov, B. (2025). Media usage motivations and Netflix video viewer satisfaction in East Java. The Journal of Society and Media, 9(2), 504–538. https://doi.org/10.26740/jsm.v9n2.p504-538

Annisa, F., Nurnisya, F. Y., Sofian, M. R. B. M., Pradipta, E. P., & Soliman, E. M. (2025). Decoding diversity: Indonesian student' reception of religious and multicultural themes in 'Mentega Terbang' using Stuart Hall's encoding/decoding framework. CHANNEL: Jurnal Komunikasi, 13(1), 113–128. https://doi.org/10.12928/channel.v13i1.1341

Aulia, A., Suminar, J. R., & Prasanti, D. (2023). Pengaruh motivasi entertainment, pass time, dan self presentation terhadap hubungan parasosial penonton Netflix. KOMUNIKATIF: Jurnal Ilmiah Komunikasi, 12(2), 144–156. https://doi.org/10.33508/jk.v12i2.4715

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, 3(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Castro, D., Rigby, J. M., Cabral, D., & Nisi, V. (2021). The binge-watcher's journey: Investigating motivations, contexts, and affective states surrounding Netflix viewing. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 27(1). https://doi.org/10.1177/1354856519890856

Cha, J. (2026). Reliance on AI-driven recommendations on Netflix: An integration of the heuristics-systematic model with human agency factors. Journal of Media Management, 28(2), 149–180. https://doi.org/10.1080/14241277.2026.2667537

Chandra, J. F., & Meilani. (2026). Navigating the algorithm: How Netflix's interface shapes local content discoverability in Indonesia. Procedia Computer Science, 289, 986–995. https://doi.org/10.1016/j.procs.2026.08.318

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (4th ed.). SAGE Publications.

Fajriyah, N., Zaenuri, R. Z., & Lubis, R. F. (2025). Pengaruh penggunaan platform digital Netflix terhadap minat menonton film Indonesia pada mahasiswa SWINS. IKON: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 29(2). https://doi.org/10.37817/ikon.v29i2.4742

Hall, S. (1973). Encoding and decoding in the television discourse [Discussion paper]. University of Birmingham. https://epapers.bham.ac.uk/id/eprint/2962/

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. Public Opinion Quarterly, 37(4), 509–523. https://doi.org/10.1086/268109

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.). SAGE Publications.

Pajkovic, N. (2022). Algorithms and taste-making: Exposing the Netflix Recommender System's operational logics. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 28(1). https://doi.org/10.1177/13548565211014464

Pittman, M., & Sheehan, K. (2015). Sprinting a media marathon: Uses and gratifications of binge-watching television through Netflix. First Monday, 20(10). https://doi.org/10.5210/fm.v20i10.6138

Rubenking, B., & Bracken, C. C. (2018). Binge-watching: A suspenseful, emotional, habit. Communication Research Reports, 35(5), 381–391. https://doi.org/10.1080/08824096.2018.1525346

Steiner, E., & Xu, K. (2020). Binge-watching motivates change: Uses and gratifications of streaming video viewers challenge traditional TV research. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 26(1). https://doi.org/10.1177/1354856517750365

Wratsari, E. T. A., Junaedi, M. F. S., & Krisjanti, M. N. (2022). Online streaming services uses during the COVID-19 pandemic in Indonesia. KINERJA, 26(2), 306–320. https://doi.org/10.24002/kinerja.v26i2.6068

Zielnicki, K., Aridor, G., Bibaut, A., Tran, A., Chou, W., & Kallus, N. (2026). The value of personalized recommendations: Evidence from Netflix. International Journal of Industrial Organization, 108, Article 103304. https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2026.103304