

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Digital Communication*
Elviera Fairuz Labibah
44118010050

Perilaku Komunikasi Pelanggan Layanan *Video on Demand* Netflix pada Akun Instagram @netflixid Sebagai Media Pemenuhan Informasi

Jumlah Halaman: XI + 100 Halaman + Lampiran

Daftar Pustaka: 11 Buku, 14 Jurnal, 6 Non Jurnal.

ABSTRAK

Layanan *video on demand* saat ini banyak diminati oleh masyarakat, terlebih dikarenakan kondisi pandemi yang melanda Indonesia ini. Netflix menjadi salah satu layanan *Video on Demand* yang mendapatkan jumlah pelanggan tertinggi pada tahun 2020. Selain itu, berkembangnya media sosial sebagai bagian dari teknologi komunikasi, Instagram memberikan kesempatan pada Netflix untuk memberikan informasi, serta menjalin interaksi dengan pelanggannya. Hal ini dapat menampilkan beragam jenis perilaku pengguna layanan *video on demand* Netflix pada akun Instagram @netflixid.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat perilaku komunikasi pelanggan layanan *video on demand* Netflix pada akun Instagram @netflixid sebagai media pemenuhan informasi. Manfaat penelitian ini untuk menunjukkan keberagaman perilaku komunikasi yang dapat manusia lakukan di media sosial Instagram, serta sebagai bahan evaluasi diri untuk terhadap penyedia layanan *video on demand*. Teori perilaku komunikasi dan *Computer Mediated Communication* (CMC) dijadikan sebagai bahan kajian penelitian ini. Metode penelitian yang digunakan ialah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara kepada pelanggan layanan *VOD* Netflix dan juga pengikut akun Instagram @netflixid. Hasil penelitian berupa perilaku komunikasi yang ditunjukkan oleh pelanggan Netflix pada akun Instagram @netflixid sebagai media pemenuhan informasi

Kata kunci: Perilaku Komunikasi, Video on Demand, Netflix, Pelanggan, Pemenuhan Informasi.

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Digital Communication*
Elviera Fairuz Labibah
44118010050

Customer Communication Behavior of Video on Demand Netflix Service on Instagram Account @netflixid as Information Fulfillment Media

Number of Pages: XI + 100 Pages + Attachment

Bibliography: 11 Books, 14 Journals, 6 Non Journals.

ABSTRACT

Video on demand is now much in demand by the public, especially due to the condition of a pandemic that hit Indonesia. Netflix became one of the Video on Demand services that got the highest number of customers in 2020. In addition, the development of social media as part of communication technology, Instagram provides an opportunity for Netflix to provide information, as well as establish interactions with its customers. This can display various types of customer behaviour for video on demand Netflix on the @netflixid Instagram account.

This study aims to look at the communication behaviour of customers for video on demand Netflix on the @netflixid Instagram account as a medium for fulfilling information. The benefit of this research is to show the diversity of communication behaviour that humans can do on Instagram social media, as well as self-evaluation material for video on demand service providers. The theory of communication behaviour and Computer Mediated Communication(CMC) is used as the material for this research study. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques in the form of observations and interviews with customers of the service VOD Netflix and also followers of the @netflixid Instagram account. The results of the study are in the form of communication behaviour shown by Netflix subscribers on the @netflixid Instagram account as a medium for fulfilling information

Keywords: Communication Behavior, Video on Demand, Netflix, Customer, Information Fulfillment.