



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Communication & Advertising

Dede Zakaria
44317110055

Pengaruh Campaign #Gopaydinetflix Di Media Sosial Instagram Netflix Indonesia Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Layanan Video on Demand (Vod) Netflix

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan penetrasi pengguna internet yang terus meningkat membuat banyak inovasi baru bermunculan, salah satunya adalah Inovasi dalam bisnis. Layanan *streaming Video on Demand (VoD)* merupakan salah satu inovasi bisnis yang telah diterima dengan baik dan Netflix adalah perusahaan yang cukup berhasil memenangkan persaingan di pasar Indonesia dalam layanan *streaming Video on Demand (VoD)*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *campaign #GoPayDiNetflix* di media sosial Instagram Netflix Indonesia terhadap minat beli konsumen pada layanan *Video on Demand (VoD)* Netflix. Teori yang digunakan adalah AISAS yakni *Attention, Interest, Search, Action* dan *Share*. Sedangkan teori minat beli yakni minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survey berupa kuesioner dengan jumlah sampel 100 responden yang merupakan *followers* dari akun Instagram Netflix Indonesia.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara *campaign #GoPayDiNetflix* di media sosial Instagram Netflix Indonesia terhadap minat beli konsumen pada layanan *Video on Demand (VoD)* Netflix, besarnya pengaruh tersebut adalah 22,8%. Tingkat korelasi antara *campaign #GoPayDiNetflix* dengan minat beli yakni sebesar 0,478 yang menunjukkan bahwa tingkat hubungan antar dua variabel pada penelitian ini tergolong cukup kuat. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menyarankan kepada pihak Netflix Indonesia agar sebaiknya selalu memberikan informasi dan promosi terbaru secara berkala kepada *followers*, terbuka dalam menerima masukan dan saran, serta aktif menggunakan social media Instagram untuk menjaga dan memperkuat hubungan dengan *followers*.

Kata Kunci: *Campaign, Minat Beli, Media Sosial.*





Universitas Mercu Buana
Faculty of Communication
Field of Study in Advertising & Marketing Communication

Dede Zakaria
44317110055

The Effect of the #Gopaydinnetflix Campaign on Netflix Indonesia's Instagram Social Media on Consumer Purchase Intention in Netflix's Video On Demand (Vod) Service

ABSTRACT

The development of technology and the increasing penetration of internet users have made many new innovations appear, one of which is innovation in business. Service streaming Videos on Demand (VoD) is a business innovation that has been well received and Netflix is a company that is quite successful in winning the competition in the Indonesian market in Video on Demand streaming (VOD).

This study aims to determine how much influence the campaign #GoPayDiNetflix Video on Demand (VoD) service. The theory used is AISAS, namely Attention, Interest, Search, Action and Share. While the theory of buying interest is transactional interest, referential interest, preferential interest, and exploratory interest.

The type of research used in this study is explanatory with a quantitative approach. The data collection method used is a survey method in the form of a questionnaire with a

sample of 100 respondents who are followers of the Indonesian Netflix Instagram account.

The results of this study indicate that there is an influence between the campaign #GoPayDiNetflix Video on Demand (VoD) service, the magnitude of the influence is 22,8%. The correlation level between the campaign #GoPayDiNetflixBased on the results of the research that has been done, the authors suggest that Netflix Indonesia should always provide the latest information and promotions regularly to followers, be open to receiving input and suggestions, and actively use Instagram social media to maintain and strengthen relationships with followers.

Keywords: Campaign, Purchase Intention, Social Media.

