

## **Dampak Platform Streaming Digital pada Bisnis Bioskop : Studi Kasus pada Bisnis Bioskop**

**Said Nur Umar<sup>1</sup>, Al Agib Lutfi MZ<sup>2</sup>, M Nanda Ikhsanul Hasbi<sup>3</sup>, Kanti Nur Sovia<sup>4</sup>, Fitri Ayu Nofirda<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup> Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Muhammadiyah Riau

e-mail : [210304242@student.umri.ac.id](mailto:210304242@student.umri.ac.id)<sup>1</sup>, [210304200@student.umri.ac.id](mailto:210304200@student.umri.ac.id)<sup>2</sup>,  
[220304310@student.umri.ac.id](mailto:220304310@student.umri.ac.id)<sup>3</sup>, [220304304@student.umri.ac.id](mailto:220304304@student.umri.ac.id)<sup>4</sup>,  
[fitriayunofirda@umri.ac.id](mailto:fitriayunofirda@umri.ac.id)<sup>5</sup>

### **Abstrak**

platform streaming digital semakin populer di kalangan penggemar film Indonesia sejak pandemi covid 19, maraknya aplikasi streaming di Indonesia ini tidak menghalangi masyarakat Indonesia untuk tetap datang ke bioskop pengamatan dari penggemar film tersebut dan lebih meneliti ke salah satu bioskop. Oleh karena itu penelitian ini berusaha mengumpulkan data lewat observasi dan menganalisa fenomena aplikasi streaming digital mulai menjamur dan bagaimana respon dan sikap penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dimana kami lebih berfokus pada penonton film Indonesia menyikapi munculnya pilihan antara aplikasi streaming digital dengan bioskop. Oleh karena itu, sebagian orang memandang meningkatnya minat terhadap layanan media sebagai hal yang baik. Harga rata-rata tiket film di bioskop adalah Rp.25.000 – 50.000 hanya dalam satu kali nonton, dibandingkan dengan streaming digital Rp.30.000 – 100.000 untuk langganan streaming digital bulanan dan bebas menonton selama sebulan. Dampak platform streaming digital terhadap industri film di Indonesia. Hal ini menyoroti penurunan jumlah penonton bioskop akibat semakin populernya layanan streaming, terutama di masa pandemi COVID-19. Pertumbuhan platform streaming telah menyebabkan perubahan perilaku dan preferensi penonton, sehingga memengaruhi pengalaman bioskop tradisional dan penjualan box office. Dampak streaming digital pada bioskop telah mengharuskan bioskop untuk beradaptasi dan meningkatkan layanan mereka.

**Kata kunci :** *Digital, Bioskop, Film, Streaming*

### **Abstract**

Digital streaming platforms have become increasingly popular among Indonesian film fans since the Covid-19 pandemic. The rise of streaming applications in Indonesia does not prevent Indonesian people from continuing to come to the cinema to observe film fans and do more research into one of the cinemas. Therefore, this research attempts to collect data through observation and analyzing the phenomenon of digital streaming applications starting to mushroom and what the response and attitudes are. This research uses qualitative research methods where we focus more on Indonesian film viewers responding to the emergence of choices between digital streaming applications and cinemas. Therefore, some people view the increased interest in media services as a good thing. The average price of a film ticket in a cinema is IDR 25,000 – 50,000 for just one viewing, compared to IDR 30,000 – 100,000 for digital streaming for a monthly digital streaming subscription and free viewing for a month. The impact of digital streaming platforms on the film industry in Indonesia. This highlights the decline in cinema attendance due to the increasing popularity of streaming services, especially during the COVID-19 pandemic. The growth of streaming platforms has led to changes in audience behavior and preferences, impacting the traditional cinema experience and box office sales. The impact of digital streaming on cinema has required cinemas to adapt and improve their services.

**Keywords:** *Digital, Cinema, Film, Streaming*

## **PENDAHULUAN**

platform streaming digital semakin populer di kalangan penggemar film Indonesia sejak pandemi covid 19, karena kebijakan pemerintah yang menerapkan PPKM pembatasan pertemuan publik, menyebabkan industri bioskop terpaksa di hentikan operasional nya untuk sementara waktu. hal ini menyebabkan para penggemar film tidak bisa lagi menonton film film yang sudah di produksi, oleh sebab itu muncullah minat menonton tersebut melalui aplikasi streaming digital seperti, Netflix, Disney Hotstar, Vidio.com, WeTv, Iflix, dan lainnya. aplikasi streaming digital mulai dikenal masyarakat sebagai wadah baru untuk menonton film. menonton film menggunakan aplikasi streaming digital menawarkan pengalaman yang berbeda di bandingkan dengan menonton film di bioskop. seperti menonton bisa dimana saja, dan nonton film sepuasnya dengan berlangganan 1 bulan hingga 1 tahun. Hal ini meningkatkan pilihan target pasar bagi para industri film, namun banyak yang berpendapat ini baik maupun buruk bagi penggemar film maupun industri film.

Namun, maraknya aplikasi streaming di Indonesia ini tidak menghalangi masyarakat Indonesia untuk tetap datang ke bioskop, Strategi pemasaran yang dilakukan oleh bioskop nyatanya mampu menarik minat menonton, salah satunya dengan promosi. Promosi bertujuan untuk menginformasikan produk atau jasa, baik kepada calon konsumen atau konsumen loyalnya agar bersedia membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan. Selain aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh bioskop, terdapat berbagai faktor yang memengaruhi seseorang untuk menonton film. Kualitas film, citra merek, daya tarik, dan word of mouth berpengaruh positif terhadap minat menonton masyarakat Kota Pekanbaru . kualitas film dan dan word of mouth memiliki nilai pengaruh paling signifikan terhadap minat menonton film di bioskop. ulasan yang ada di internet memberikan pengaruh kuat terhadap minat berlangganan untuk menonton film melalui aplikasi streaming digital . Para pengguna merasa terbantu melalui hasil review mengenai film – film yang terdapat dalam aplikasi tersebut sehingga memberikan pandang konsumen yang positif bahwa faktor persepsi publik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menonton film. Faktor lain yang juga berpengaruh terhadap keputusan seseorang menonton film adalah sumber informasi dan online reviews yang dapat dibaca oleh para penonton, terutama mereka yang sedang mencari informasi terkait bagus atau tidaknya sebuah film ditonton atau layak untuk ditonton. Ulasan-ulasan dari film box office membuat frekuensi penonton tinggi untuk pergi ke bioskop. para responden cukup memperhatikan kritikus film melalui situs yang sering mereka kunjungi tentang apakah film tersebut akan memenuhi harapan mereka. Berbagai situs dan aplikasi media untuk movie review sudah semakin banyak berkembang. Beberapa diantaranya yang terkenal dan sering dijadikan sumber movie review adalah Rotten Tomatoes, IMDb, Metacritic, dan Google Reviews. Namun,saat ini terutama di Indonesia, movie review juga dapat dilakukan melalui media sosial Twitter, baik dalam bentuk akun autobase menfess atau ulasan berbentuk utas yang dilakukan individu atau komunitas pengamat film yang memiliki akun verified dan memiliki banyak followers. kami berharap pada artikel ini dapat memberikan gambaran yang jelas dari dampak munculnya aplikasi streaming digital pada bisnis bioskop.

## **METODE**

pengamatan dari penggemar film itu tersebut dan lebih meneliti ke salah satu bioskop seperti Cinepolis. oleh karna itu penelitian ini berusaha mengumpulkan data lewat observasi dan menganalisa fenomena aplikasi streaming digital yang mulai menjamur dan bagaimana respon dan sikap penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dimana kami lebih berfokus pada penonton film Indonesia menyikapi munculnya pilihan antara aplikasi streaming digital dengan bioskop.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sebelum kita membahas bagaimana media digital menjadi industri film, penting bagi penelitian ini untuk menganalisis bagaimana pertumbuhan industri film di Indonesia dari tahun ke

tahun. Dari film pertama Masuk ke Indonesia pada tahun 1900-an, keberadaan sinema di kalangan masyarakat Indonesia sempat mengalami pasang surut. Film-film di Indonesia pertama kali ditayangkan di bioskop hingga pada tahun 1990-an, film-film tersebut mengalami penurunan yang cukup signifikan akibat berkembangnya televisi swasta dan persaingan dengan film-film luar negeri. Di sini kita dapat melihat bahwa ruang permainan baru, dalam hal ini televisi swasta, telah mengubah kebutuhan masyarakat. Indonesia sedang menonton film. Sampai saat itu pada tahun 1997, komunitas film mengakuinya teater pribadi. Masalah ini kembali ke produksi film yang stabil. Tahun Pada tahun 1999, Indonesia hanya mempunyai 4 film baru. Pada tahun 2000, jumlah film mencapai 11 film. Baru kemudian penontonnya pada tahun 2000 hingga 2005 meningkat sebesar 7,46 persen. dan 50 persen. Garin Nugroho pernah berkata Seharusnya tahun 2020 menjadi puncak masa keemasan perfilman Indonesia, namun karena puncaknya corona. kali ini gagal. Sampai awal kampanye Streaming digital dianggap sebagai salah satu teknologi terbaru dalam proyeksi film. Padahal, pada awal mula kemunculan platform Streaming digital dapat menjadi bentuk hiburan lainnya namun keberadaannya memisahkan bentuk masyarakat Di setiap dua film, penontonnya semakin heboh rasakan sensasi melihat ke layar banyak tempat di teater dan penonton senang menghabiskan waktu di rumah dengan menonton melalui media digital. Namun jika dilihat dari penontonnya akan hadirnya layanan streaming digital ini, begitulah respon penontonnya. Budaya populer atau budaya pop merupakan budaya yang berkembang dalam masyarakat itu sendiri. Langganan media digital lebih murah dibandingkan tiket bioskop, ini sangat berguna bagi sebagian orang penonton bioskop dalam kondisi ekonomi tertentu. Streaming media digital juga dapat diakses dimana saja wilayah, ini membantu beberapa penonton bioskop yang tinggal di daerah yang tidak terdapat bioskop. Hal inilah yang mendasari mengapa streaming digital akan membuat aktivitas menonton film menjadi lebih fleksibel.

Platform streaming dan dampaknya terhadap industri film, konsumen diberikan cara lain untuk menonton film. Meskipun hal ini dianggap revolusioner pada saat itu, jumlah orang yang menonton film di rumah dan di luar bioskop terus meningkat. Layanan streaming telah ada sejak tahun 2005, ketika YouTube menjadi populer, dan pertumbuhannya terus berlanjut, terutama dalam beberapa tahun terakhir. Dalam dekade terakhir, jumlah penonton bioskop telah menurun secara signifikan dan daftar layanan streaming tampaknya bertambah panjang setiap harinya. Industri film sedang mengalami banyak perubahan. Pada tahun 2018, 28% konsumen memilih menonton film untuk pertama kalinya di bioskop, dibandingkan hanya 15% yang memilih menonton di streaming digital. Namun, COVID-19 telah menghancurkan bioskop karena penutupan dan kekhawatiran masyarakat untuk kembali ke bioskop setelah lockdown. Pada tahun 2020, beberapa bioskop kehilangan miliaran dolar karena ditutup karena pandemi. Pada Juni 2020, persentase orang dewasa yang lebih memilih menonton film di bioskop turun menjadi 14%, sementara 36% lebih memilih menonton film melalui streaming. Baik buruknya, media mempunyai dampak besar terhadap industri film dalam hal bagaimana film diproduksi dan didistribusikan serta bagaimana penonton mengonsumsinya.

platform berlangganan seperti Netflix dan Amazon Prime, atau Prime Two. Karena semakin banyak orang memilih untuk menonton film dan acara TV online, jumlah orang yang pergi ke bioskop menurun, sehingga menyebabkan penjualan box office menurun. Jaringan televisi juga kehilangan pemirsa karena semakin banyak konsumen yang mendapatkan hiburan melalui layanan streaming. Namun, karena layanan penyiaran telah menyebabkan penurunan sumber pendapatan tradisional, mereka memperkenalkan sumber pendapatan baru, seperti biaya berlangganan dan iklan yang disesuaikan dengan minat pemirsa langsung. Bagaimana streaming memengaruhi pemirsa Layanan streaming seperti Netflix, Amazon Prime, dan Hulu telah merevolusi konsumsi media. Daripada pergi ke lokasi fisik untuk menyewa atau membeli film atau acara TV, konsumen dapat mengakses perpustakaan besar konten online hanya dengan beberapa klik. Akibatnya, perilaku seperti menonton streaming digital menjadi hal biasa. Salah satu faktor dalam perubahan ini adalah harga: harga rata-rata tiket film di bioskop adalah Rp.25.000 – 50.000 hanya dalam satu kali nonton, dibandingkan dengan streaming digital Rp.30.000 – 100.000 untuk langganan streaming digital bulanan dan bebas menonton selama sebulan itu. Oleh karena itu, sebagian orang memandang meningkatnya minat terhadap layanan media sebagai hal yang baik: film kini lebih mudah diakses oleh semua orang. Namun, media juga

mempunyai dampak signifikan terhadap pengalaman pemirsa terhadap budaya hiburan. Ketika film dan acara TV ditonton secara online, pengalaman tradisional seperti pergi ke teater, membeli tiket, dan menonton film di layar lebar menjadi kurang umum, sehingga mengurangi rasa kebersamaan yang – muncul dari menonton film bersama orang lain.

## SIMPULAN

Artikel ini membahas dampak platform streaming digital terhadap industri film di Indonesia. Hal ini menyoroti penurunan jumlah penonton bioskop akibat semakin populernya layanan streaming, terutama di masa pandemi COVID-19. Pertumbuhan platform streaming telah menyebabkan perubahan perilaku dan preferensi penonton, sehingga memengaruhi pengalaman bioskop tradisional dan penjualan box office. Dampak streaming digital pada bioskop telah mengharuskan bioskop untuk beradaptasi dan meningkatkan layanan mereka untuk tetap bersaing di pasar perfilman ini yg berubah-ubah , seperti mengadakan promo promo agar masyarakat bisa tertarik. Karna kebanyakan orang beranggapan membeli tiket bioskop itu mahal dan lebih memilih platform streaming digital dengan harga yang sama bisa berlangganan 1 bulan dan nonton sepuasnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Evita, E., & Setyanto, Y. (2019). Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan di PT. Bach Multi Global. *Prologia*, 2(2), 312-319.
- Adam, R. (2022). Dampak pergeseran tayangan film di Indonesia terhadap audiens: studi kasus pergeseran tayangan film Bioskop menjadi format Web Series di media online pada masyarakat Kota Kediri.
- Angellia, A., & Oktavianti, R. (2023). Strategi Marketing Public Relations Bioskop Drive-In dalam Membangun Brand Image Perusahaan. *Prologia*, 7(1), 22-30.
- Mirella, N. N. R., Untari, D. T., & Komariah, N. S. (2023). ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM MENENTUKAN POSISI PRODUK STREAMING ONLINE DENGAN MODEL ONLINE SHARE OF VOICE (OSOV). *JURNAL ECONOMINA*, 2(9), 2596-2609.
- Djamaly, M. F., Djumarno, D., Astini, R., & Asih, D. (2023). LITERATURE REVIEW: PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN FILM INDONESIA: ANALISIS KEPUASAN DAN NIAT BELI PENONTON. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 6(3), 647-659.
- Afriani, A. L., Suprayitno, D., & Misbah, N. A. (2023). Pengaruh Media Online Reviews terhadap Keputusan Menonton Film. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 7(1), 1-10.
- Pramesti, W. (2023). Media Streaming Digital, Alternatif Ruang Tayang Film. *IKONIK: Jurnal Seni dan Desain*, 5(1), 52-55.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83–88.
- Sarosa, S. (2021). Analisis Data Penelitian Kualitatif (F. Maharani, Ed.). jogjakarta.
- Angelia, D. (2022, Agustus 1). Platform VideoStreaming Paling Digemari Masyarakat Indonesia 2022. Retrieved from GoodStats
- Azahra, N., & Sharif, O. O. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Brand Attitude Dan Purchase Intention (Studi Kasus Twitter Netflix Indonesia). *e-Proceeding of Management*, 4539–4553.
- Ghosh, S., Ahammed, Md. T., Islam, Md. M., Debnath, S., & Hasan, M. R. (2022). Exploration of Social Attitudes and Summarization of Film Reviews. *Journal of Information Technology and Computing*, 3(1), 17–22.
- Gilang Maulana, E., Paramesti Martha, L., & Kusumaningtias, I. T. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Bioskop Platinum Cineplex Cibinong Square Dalam Menarik Minat Menonton Di Tengah Maraknya Video Streaming. *Jurnal CommLine*, 07(02), 94–105.
- Hendrawan. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Menonton Film Bioskop: Studi Kasus Kota Batam. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 4(1), 670–679.

- Sutandi, F. V., & Erdiansyah, R. (2023). Konten Review Film, Kualitas Informasi dan Minat Menonton Film. *Koneksi*, 7(1)
- Nugroho, Garin. (2019). *Era Emas Film Indonesia*. Yogyakarta : Warning Books.
- Mahendra, I. D., & Njatrijani, R. (2023). Penerapan Teknologi Watermark Sebagai Upaya Perlindungan Hak Cipta Film pada Platform Bioskoponline. com. *Law, Development and Justice Review*, 6(3),236253.