

Konsumsi Budaya dalam Era Streaming: Bagaimana Netflix Menentukan Selera Budaya Generasi Milenial

Abdullah Mitrin^{1*}, Regi Yusti Ramadhan²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Hang Tuah Pekanbaru

^{*1}koresponden: abdullahmitrin@htp.ac.id

Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi dampak penggunaan Netflix terhadap pembentukan selera budaya generasi milenial di Indonesia. Dalam era digital yang didominasi oleh platform streaming, Netflix menjadi salah satu aktor utama yang mempengaruhi preferensi budaya generasi ini. Menggunakan metode studi kasus kualitatif, penelitian ini melibatkan 25 responden milenial yang merupakan pengguna aktif Netflix. Temuan menunjukkan bahwa algoritma personalisasi Netflix memainkan peran signifikan dalam menentukan pilihan konten yang dikonsumsi, di mana 80% responden cenderung mengikuti rekomendasi yang diberikan oleh platform ini. Akibatnya, terjadi keterbatasan eksplorasi terhadap konten di luar preferensi yang sudah ada, yang berpotensi menyebabkan homogenisasi selera budaya. Meskipun demikian, Netflix juga membuka akses ke berbagai konten internasional, memberikan peluang bagi responden untuk memperkaya wawasan budaya mereka dengan mengakses konten yang sebelumnya sulit dijangkau. Penelitian ini menyoroti dualitas peran Netflix sebagai agen budaya, di mana di satu sisi dapat memperkaya keberagaman budaya, namun di sisi lain berpotensi mengurangi eksposur terhadap konten non-dominan. Oleh karena itu, penting bagi pengguna untuk lebih proaktif dalam memilih dan mengeksplorasi konten guna memastikan keberagaman budaya tetap terjaga dalam ekosistem media digital yang semakin global.

Kata Kunci: *Budaya, Milenial, Netflix*

PENDAHULUAN

Dalam dekade terakhir, perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat mengonsumsi konten media, dengan pergeseran signifikan dari media tradisional ke platform streaming digital. Netflix, sebagai salah satu pelopor layanan streaming global, telah menjadi pemain utama dalam industri hiburan dan memengaruhi cara masyarakat, terutama generasi milenial, mengonsumsi budaya populer. Generasi milenial, yang lahir dan tumbuh di era perkembangan pesat teknologi informasi, menjadi konsumen utama layanan streaming seperti Netflix (Permana et al., 2019). Gaya hidup mereka yang serba cepat dan selalu terhubung dengan internet menjadikan fleksibilitas dan aksesibilitas sebagai prioritas utama dalam konsumsi konten. Netflix, dengan model on-demand-nya, menawarkan berbagai konten yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja, menjadikannya pilihan utama bagi generasi ini dalam memenuhi kebutuhan hiburan mereka (Mitrin et al., 2023). Selain keunggulan teknologis, Netflix juga dikenal karena algoritma personalisasinya yang canggih, yang memungkinkan platform ini merekomendasikan konten yang sesuai dengan preferensi pengguna. Algoritma ini memainkan peran penting dalam membentuk selera budaya generasi milenial dengan terus menyesuaikan tawaran konten berdasarkan pola konsumsi individu (Andersen et al., n.d.). Dengan demikian, Netflix bukan hanya menjadi penyedia konten, tetapi juga agen pembentuk selera budaya yang mengarahkan konsumsi budaya sesuai dengan preferensi yang dihasilkan dari data pengguna. (Mercy et al., n.d.).

Namun, fenomena ini menimbulkan pertanyaan penting terkait homogenisasi budaya. Dengan pengaruh besar yang dimiliki Netflix, ada kekhawatiran bahwa selera budaya global akan menjadi seragam, didominasi oleh konten yang diproduksi oleh segelintir perusahaan media besar. Hal ini berpotensi menurunkan keberagaman budaya, di mana konten lokal dan alternatif semakin tersisih oleh konten yang dianggap lebih “aman” dan menarik bagi audiens global. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji sejauh mana Netflix memengaruhi selera budaya generasi milenial serta implikasi dari pengaruh tersebut terhadap keberagaman budaya (Larisu et al., n.d.).

Di sisi lain, ada juga pandangan bahwa Netflix telah membuka akses terhadap berbagai konten internasional yang sebelumnya sulit dijangkau oleh audiens lokal. Dengan model distribusi globalnya, Netflix memberikan kesempatan bagi berbagai budaya untuk dikenal lebih luas (Anjani et al., 2023). Ini menciptakan peluang baru bagi konten non-Hollywood untuk mendapatkan audiens global, yang mungkin tidak bisa dicapai melalui media tradisional. Dalam konteks ini, Netflix dapat dilihat sebagai platform yang memperluas cakrawala budaya generasi milenial, memperkaya selera mereka dengan berbagai referensi budaya dari seluruh dunia (KOMUNIKASI POLITIK_CETAK, n.d.). Untuk memahami dampak nyata Netflix terhadap selera budaya generasi milenial, diperlukan penelitian yang komprehensif dan mendalam. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana konsumsi budaya melalui Netflix memengaruhi preferensi budaya generasi milenial, serta bagaimana algoritma Netflix berkontribusi dalam proses tersebut. Selain itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi implikasi jangka panjang dari pengaruh Netflix terhadap keberagaman budaya, baik di tingkat lokal maupun global.

Penelitian sebelumnya telah banyak mengeksplorasi dampak platform streaming terhadap konsumsi budaya. Hallinan dan Striphas (2016) menyebutkan bahwa algoritma yang digunakan oleh platform seperti Netflix dapat secara signifikan mengarahkan preferensi penonton, dengan mengkurasi konten yang sesuai dengan selera pengguna (Abdullah et al., n.d.). Meskipun dirancang untuk memberikan pengalaman menonton yang dipersonalisasi, algoritma ini berpotensi mengurangi paparan pengguna terhadap konten di luar preferensi yang diprediksi (Studi et al., n.d.). Lobato (2019) menunjukkan bahwa meskipun Netflix memberikan akses kepada berbagai konten internasional, sebagian besar konsumsi tetap didominasi oleh produksi dari negara-negara Barat, terutama Amerika Serikat (Ceron, 2015). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada potensi untuk memperluas wawasan budaya melalui akses global, penonton cenderung mengonsumsi konten yang diproduksi oleh industri hiburan dominan, yang dapat memperkuat homogenisasi budaya (Abdullah et al., n.d.). Waytz dan Gray (2018) dalam penelitiannya mengkaji dampak psikologis dari personalisasi media (Putri, n.d.). (Studi et al., n.d.). Mereka menemukan bahwa personalisasi yang terus-menerus dapat memperkuat preferensi yang sudah ada sebelumnya, sehingga mengurangi peluang untuk mengeksplorasi konten baru dan beragam. Ini berimplikasi pada terbatasnya perkembangan selera budaya yang lebih luas di kalangan generasi milenial (Riedl et al., 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk memperluas temuan-temuan sebelumnya dengan fokus pada bagaimana generasi milenial, sebagai konsumen utama Netflix, dipengaruhi oleh platform ini dalam pembentukan selera budaya mereka. Penelitian ini juga akan mengkaji dampak jangka panjang dari personalisasi konten terhadap keberagaman budaya, baik dalam skala lokal maupun global. Dalam era digital yang didominasi oleh platform streaming, Netflix telah menjadi salah satu aktor utama yang memengaruhi selera budaya generasi milenial. Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

sebagai berikut:

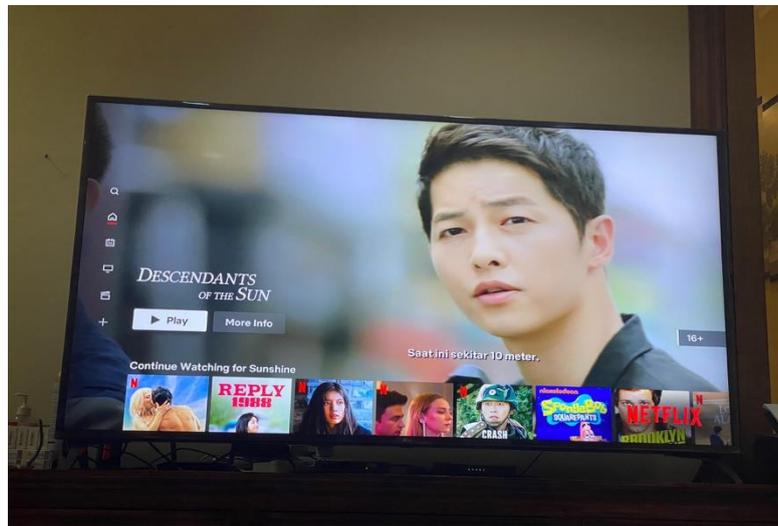
1. Bagaimana pengaruh Netflix dalam membentuk selera budaya generasi milenial ?
2. Sejauh mana algoritma personalisasi Netflix memengaruhi preferensi konsumsi budaya pengguna ?
3. Apakah Netflix berkontribusi terhadap homogenisasi budaya atau justru memperkaya keberagaman budaya generasi milenial ?

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mendalami pengaruh Netflix terhadap selera budaya generasi milenial di Indonesia. Studi kasus dipilih karena metode ini memungkinkan peneliti untuk melakukan eksplorasi mendalam terhadap fenomena tertentu dalam konteks kehidupan nyata (Snyder, 2019). Data akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan responden yang merupakan pengguna aktif Netflix dari kalangan generasi milenial, serta melalui analisis konten terhadap pilihan tontonan mereka di platform tersebut (Abdullah Mitrin, 2022). Untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif, penelitian ini akan melibatkan 20-30 responden dari berbagai latar belakang budaya dan geografis di Indonesia. Wawancara akan difokuskan pada pengalaman mereka dalam menggunakan Netflix, bagaimana platform ini memengaruhi pilihan tontonan mereka, dan bagaimana hal ini berdampak pada preferensi budaya mereka. Selain itu, penelitian ini juga akan menganalisis algoritma rekomendasi Netflix berdasarkan tanggapan pengguna, untuk memahami sejauh mana algoritma tersebut memengaruhi keputusan menonton mereka (Dan, n.d.) (Creswell & Poth, 2018). Analisis data akan dilakukan dengan menggunakan teknik analisis tematik, di mana pola-pola utama dalam wawancara dan data konten akan diidentifikasi, dikategorikan, dan dianalisis untuk mengungkap pengaruh Netflix terhadap selera budaya pengguna. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk menemukan hubungan antara algoritma personalisasi dan homogenisasi atau keberagaman budaya yang dialami oleh generasi milenial (Braun & Clarke, 2006). Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan wawasan mendalam mengenai dampak Netflix pada preferensi dan identitas budaya generasi milenial di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan terhadap 25 responden yang merupakan pengguna aktif Netflix dari kalangan generasi milenial di Indonesia, teridentifikasi beberapa temuan penting terkait pengaruh platform ini terhadap pembentukan selera budaya mereka. Secara umum, temuan menunjukkan bahwa Netflix telah menjadi salah satu platform utama yang digunakan oleh generasi milenial untuk mengakses berbagai bentuk konten hiburan. Penggunaan Netflix oleh responden berkisar antara 2 hingga 5 jam per hari, dengan jenis konten yang paling sering ditonton meliputi serial drama, film fiksi ilmiah, dan dokumenter.



Gambar 1. Serial Drama di Netflix

Dalam hal preferensi budaya, hasil analisis menunjukkan bahwa algoritma personalisasi Netflix memainkan peran signifikan dalam membentuk pola konsumsi konten. Sebanyak 80% responden mengakui bahwa mereka sering kali mengikuti rekomendasi konten yang diberikan oleh Netflix, yang berdampak pada terbatasnya eksplorasi mereka terhadap konten di luar kategori yang sering mereka tonton. Lebih lanjut, hasil menunjukkan bahwa konten yang diproduksi oleh industri hiburan Amerika Serikat masih mendominasi preferensi tontonan para responden, meskipun mereka menyadari adanya berbagai pilihan konten internasional.

Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa mayoritas responden merasa bahwa personalisasi yang dilakukan oleh Netflix membantu mereka menemukan konten yang sesuai dengan minat mereka, namun di sisi lain, ada juga kekhawatiran bahwa hal ini mengurangi keberagaman tontonan yang diakses. Hal ini berimplikasi pada potensi homogenisasi selera budaya di kalangan generasi milenial. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa algoritma personalisasi yang digunakan oleh platform streaming seperti Netflix dapat secara signifikan mempengaruhi preferensi tontonan pengguna. Hallinan dan Striphas (2016) mencatat bahwa algoritma ini, meskipun dirancang untuk memberikan pengalaman menonton yang dipersonalisasi, cenderung memperkuat selera yang sudah ada dan mengurangi peluang eksplorasi terhadap konten baru dan beragam (Anjani et al., 2023). Hal ini terlihat jelas dalam temuan penelitian ini, di mana sebagian besar responden cenderung mengikuti rekomendasi yang diberikan oleh Netflix tanpa melakukan pencarian lebih lanjut terhadap konten yang berbeda dari preferensi mereka sebelumnya (Permana et al., 2019).

Dari perspektif homogenisasi budaya, hasil ini mengindikasikan bahwa Netflix, dengan dominasinya terhadap konten Barat, terutama produksi Amerika Serikat, dapat berkontribusi terhadap penyeragaman selera budaya di kalangan generasi milenial di Indonesia. Lobato (2019) menekankan bahwa meskipun platform streaming seperti Netflix menyediakan akses terhadap berbagai konten internasional, penonton cenderung lebih banyak mengonsumsi konten yang diproduksi oleh industri hiburan dominan, yang dalam konteks ini adalah Amerika Serikat (Larisu et al., n.d.). Hal ini menimbulkan kekhawatiran mengenai dampak jangka panjang terhadap keberagaman budaya, di mana konten lokal dan alternatif dapat

semakin terdistribusi (Mitrin et al., 2023). Namun, ada juga sisi positif yang perlu dicatat. Sebagaimana dinyatakan oleh beberapa responden, Netflix memungkinkan mereka untuk mengakses konten dari berbagai negara yang sebelumnya sulit dijangkau melalui media tradisional. Ini menciptakan peluang bagi mereka untuk mengenal budaya lain dan memperluas wawasan mereka. Dalam konteks ini, Netflix juga dapat dilihat sebagai agen yang memperkaya selera budaya generasi milenial, memberikan mereka akses ke referensi budaya yang lebih luas. Hal ini berpotensi untuk mendukung keberagaman budaya asalkan pengguna secara aktif mencari dan menonton konten dari berbagai negara dan genre yang berbeda (Anjani et al., 2023).

Penelitian ini juga menggarisbawahi peran penting yang dimainkan oleh teknologi dalam membentuk identitas budaya generasi milenial. Algoritma personalisasi yang digunakan oleh Netflix bukan hanya alat teknis, tetapi juga agen budaya yang secara aktif membentuk preferensi budaya pengguna. Ini menekankan pentingnya memahami implikasi dari penggunaan teknologi dalam konsumsi media dan bagaimana hal itu dapat mempengaruhi keberagaman budaya di masa depan. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai dampak Netflix terhadap selera budaya generasi milenial di Indonesia. Meskipun ada kekhawatiran mengenai homogenisasi budaya, Netflix juga membuka peluang untuk memperkaya wawasan budaya pengguna melalui akses global yang lebih luas. Namun, untuk memastikan keberagaman budaya tetap terjaga, penting bagi pengguna untuk lebih proaktif dalam menjelajahi konten dari berbagai latar belakang budaya.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Netflix memiliki peran yang signifikan dalam membentuk selera budaya generasi milenial di Indonesia. Melalui algoritma personalisasi yang canggih, Netflix secara efektif mempengaruhi preferensi konten yang dikonsumsi oleh penggunanya. Sebagian besar responden dalam penelitian ini mengakui bahwa mereka cenderung mengikuti rekomendasi konten yang disediakan oleh Netflix, yang berdampak pada terbatasnya eksplorasi mereka terhadap konten di luar preferensi yang sudah ada. Hal ini mengindikasikan adanya potensi homogenisasi selera budaya di kalangan generasi milenial, di mana konten dari industri hiburan dominan, terutama Amerika Serikat, menjadi lebih menonjol. Di sisi lain, penelitian ini juga mengungkapkan bahwa meskipun ada kekhawatiran terkait homogenisasi, Netflix membuka akses yang lebih luas terhadap berbagai konten internasional yang sebelumnya sulit dijangkau. Beberapa responden menyebutkan bahwa Netflix memungkinkan mereka untuk mengenal budaya dari berbagai negara, yang memperkaya wawasan budaya mereka. Namun, efek positif ini hanya akan maksimal jika pengguna secara aktif mengeksplorasi konten dari berbagai latar belakang budaya, bukan hanya mengikuti rekomendasi algoritma semata. Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti dualitas peran Netflix dalam ekosistem budaya digital. Sementara ada kekhawatiran bahwa Netflix dapat berkontribusi terhadap homogenisasi budaya, platform ini juga menawarkan potensi untuk memperluas wawasan budaya melalui akses global. Oleh karena itu, penting bagi pengguna untuk lebih proaktif dalam memilih dan mengeksplorasi konten yang beragam guna memastikan keberagaman budaya tetap terjaga di tengah dominasi media digital global.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, I., Sri, M., Abdul, S., Iskandar, M., Alvionita, V., Susanto, A., Bin, A., Soepri, A., Moedji, T., Fitria, W., Leili, A., & Gustini, K. (n.d.). *KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN PRAKTEK KONSELING*. www.globaleksekuatifteknologi.co.id
- Abdullah Mitrin, & Tania Dwika Putri. (2022). *Political Communication Strategy*. H. Sumaryo, BA as

- a Legislative Member Candidate in the 2019 General Election in Siak Regency. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(8), 1767–1778. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i8.2311>
- Andersen, K., Ohme, J., Bjarnøe, C., Joe Bordaconi, M., Albæk, E., & de Vreese, C. (n.d.). *Generational Gaps in Political Media Use and Civic Engagement; From Baby Boomers to Generation Z*.
- Anjani, Y., Diandra Wicaksana, M., Kuswanti, A., Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Jl Fatmawati, U. R., Labu, P., & Selatan, J. (2023). PENGGUNAAN APLIKASI STREAMING NETFLIX PADA GENERASI Z. In *Agustus* (Issue 2).
- Ceron, A. (2015). Internet, News, and Political Trust: The Difference Between Social Media and Online Media Outlets. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(5), 487–503. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12129>
- Dan, K. (n.d.). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF. KOMUNIKASI POLITIK_CETAK*. (n.d.).
- Larisu, Z., Imroatus Sholikah, D., Salman Alfansuri Jacob, M., & Mitrin, A. (n.d.). *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal The Film “Ice Cold: Murder, Coffee, and Jessica Wongso” Between Commercialization or New Direction*. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i2.5516>
- Mercy, D., Abdullah, R., Arief, M., Rukmana, Y., Rahmah, S., Iskandar, A., Natasari, N., Octalia, E., Hagi, I. L., Salas, J., Tanseba, M., Marini, A., Nurcholiz, M., Nur, M., Angga, K., Permana, A., Irfan, M., Tania, A., & Putri, D. (n.d.). *KOMUNIKASI KOMUNIKASI KOMUNIKASI DI ERA DIGITAL DI ERA DIGITAL DI ERA DIGITAL*.
- Mitrin, A., Rahman, R., & Putra, N. D. D. (2023). Implementation of LPP TVRI Riau’s Analog Switch-Off (ASO) Migration in Welcome to the Digitalization of Indonesian Broadcasting. *International Journal of Advance Social Sciences and Education (IJASSE)*, 1(4), 229–236. <https://doi.org/10.59890/ijasse.v1i4.1014>
- Permana, R. S. M., Abdullah, A., & Mahameruaji, J. N. (2019). Budaya Menonton Televisi di Indonesia: Dari Terrestrial Hingga Digital. *ProTVF*, 3(1), 53. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.21220>
- Putri, A. R. (n.d.). *Perubahan Perilaku Konsumen Dari Generasi Milenial Akibat Menggunakan Aplikasi Go-Food*.
- Riedl, M. J., Lukito, J., & Woolley, S. C. (2023). Political Influencers on Social Media: An Introduction. *Social Media and Society*, 9(2). <https://doi.org/10.1177/20563051231177938>
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Studi, P., Komunikasi, I., Upn, F., Jakarta, V., & Kartikawati, D. (n.d.). *Volume 1 Nomor 1. Juli-Desember 2018 Implementasi Difusi Inovasi Pada Kemampuan Media Baru Dalam Membentuk Budaya Populer (Kajian Pada Media Youtube di Kalangan Remaja*

