

## PENGARUH RATING IMDB TERHADAP KEPUTUSAN MENONTON FILM GAME OF THRONES DI KOTA BANDUNG TAHUN 2018

### IMPACT OF IMDB RATING ON THE DECISION TO WATCH GAME OF THRONES FILM IN BANDUNG CITY IN 2018

Arga Satrio Pangestu<sup>1</sup>, Dr. Helni Mutiarsih Jumhur, S.H., M.Hum.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Telkom

<sup>2</sup> Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Telkom  
Email : [1argasatrio@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:1argasatrio@student.telkomuniversity.ac.id), [2Helnimj@telkomuniversity.ac.id](mailto:2Helnimj@telkomuniversity.ac.id)

---

#### Abstrak

Film di Internet atau biasa disebut *movie streaming* adalah gaya hidup yang sudah sangat membekas di era sekarang. Karena saat ini menonton film sudah bukan barang mahal lagi, dulu masyarakat umum khususnya di Indonesia harus membayar cukup mahal dengan pergi ke bioskop untuk menonton sebuah film, lalu lambat laun perusahaan kaset memproduksi kaset video untuk penikmat film yang ingin menonton film dengan *media player* di rumahnya dan sekarang kita berada di era dimana menonton film bisa dilakukan dimana saja dengan menggunakan jenis layanan yang beragam, salah satunya dengan cara berlangganan penyedia layanan *movie streaming*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh rating IMDb terhadap keputusan menonton dalam menonton film *game of thrones*. Diharapkan penelitian ini dapat menguraikan teori teori perilaku konsumen dalam menentukan pilihan untuk menonton sebuah film. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, dimana peneliti akan mendeskripsikan mengenai pengaruh rating user di IMDb terhadap keputusan menonton film *game of thrones*.

**Kata Kunci:** Deskriptif, Film, IMDb, Keputusan Menonton, Rating, Audiens

---

#### Abstract

Movies on the Internet or commonly called *movie streaming* is a lifestyle that has been very impressed di era now. Because currently watching movies is not expensive anymore, in general the general public in Indonesia must pay quite expensive by going to the cinema to watch a movie, then gradually the company produces cassette tapes for movie lovers who want to watch movies with *media player* in his home and now we're in an era where movie viewing can be done anywhere by using a variety of services, one of which is by subscribing to a streaming movie service provider. The purpose of this study is to find out how much influence IMDb rating on the decision to watch in watching the movie *game of thrones*. It is expected that this research can describe the theory of consumer behavior theory in determining the choice to watch a movie. The method used is descriptive quantitative, where researchers will describe the effect of user ratings on IMDb on the decision to watch the movie *game of thrones*.

**Keywords:** Movies, Descriptive, IMDb, Decision Making, Rating, Audiens

---

#### Pendahuluan

Film di Internet atau biasa disebut *movie streaming* adalah gaya hidup yang sudah sangat membekas di era sekarang. Karena saat ini menonton film sudah bukan barang mahal lagi, dulu masyarakat umum khususnya di Indonesia harus membayar cukup mahal dengan pergi ke bioskop untuk menonton sebuah film, lalu lambat laun perusahaan kaset memproduksi kaset video untuk penikmat film yang ingin menonton film dengan *media player* di rumahnya dan sekarang kita berada di era dimana menonton film bisa dilakukan dimana saja dengan menggunakan jenis layanan yang beragam, salah satunya dengan cara berlangganan penyedia layanan *movie streaming*.

Professor Clayton cristensen dalam kuliah umumnya di Harvard Business School menjelaskan tentang *Disruptive Innovation* bahwa kita berada di era dimana teknologi menjadi suatu kebutuhan, khususnya internet.

Internet sangat berperan dalam segala aspek, tidak terkecuali untuk film. Sebagaimana kita ketahui sebuah tema film, aktor atau aktris, sutradara, penggarapan dan hal sebagainya menjadi faktor penting untuk calon penonton dalam menentukan film apa yang akan dia tonton yang biasanya akan digambarkan dalam sebuah synopsis. Pengertian synopsis menurut Dr. Gorys Keraf (1978:84) adalah ringkasan atau summary yang paling efektif dalam menyajikan suatu karangan yang panjang menjadi bentuk yang lebih pendek. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, synopsis adalah ringkasan cerita yang berisi cuplikan seluruh seluruh adegan sehingga membentuk tema cerita.

Merambatnya ilmu pengetahuan digital dapat ditandai dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi dan informasi yang bisa kita temukan sehari – hari. Sudarsono (dalam Koswara, 1998:87) menyatakan bahwa informasi dalam bentuk digital dapat didistribusikan melalui media internet. Internet menawarkan alternatif baru dalam memperoleh informasi baru sekaligus menyebarkan informasi itu sendiri. Internet merupakan jaringan komputer berskala internasional yang dapat membuat masing – masing komputer saling berkomunikasi dari berbagai tempat, negara, benua sehingga dapat berkomunikasi dengan protokol tertentu, saling mengirimkan dan mendapat informasi (Hartono, 2000: 341). Internet secara tidak langsung merubah paradigma dalam masyarakat, terutama dalam cara memperoleh suatu informasi yang tidak lagi dibatasi oleh ruang maupun waktu. Melalui internet semua orang bisa mendapatkan informasi dan berkomunikasi sesuai pribadi masing – masing.

Manfaat internet dalam dunia pendidikan, internet dapat menghilangkan atau mengurangi hambatan ke sumber informasi (Andarwati 2005: 1-2). Pada lingkungan penelitian, internet dapat dimanfaatkan mahasiswa untuk mendapatkan bahan maupun materi yang diperlukan untuk perkuliahan.

### Kajian Literatur

Mengutip dari [www.nielsen.com](http://www.nielsen.com) tv rating atau peringkat tv berbicara tentang konsumen yang sering berubah seiring waktu dan tentu itu berlaku untuk kita. Seiring teknologi terus berkembang dan perusahaan media mencoba cara baru untuk menarik *audiens*, memahami apa yang di inginkan penonton dan apa yang mereka tonton jauh lebih penting dari sebelumnya

Saat ini menonton video tidak sebatas menonton tapi juga sudah menjadi pengalaman personal dan pengalaman yang dirasakan ketika sedang berpergian. Ini disebut dengan *ubiquity* yaitu kapan saja dan dimana saja. Ini adalah sebuah peluang yang harus bisa dimanfaatkan

*Nielsen* memiliki kemampuan untuk menyediakan metric yang relevan untuk keperluan informasi sejauh mana mengetahui keberhasilan pemasaran dan pemrograman dalam mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan.

*Nielsen* mengukur lebih dari 40% perilaku penonton di seluruh dunia dengan menganalisis ratusan *channel* tv, ribuan program tv dan jutaan penonton. Ukuran pengukuran ini memungkinkan klien merencanakan program dan iklan yang ideal untuk segmentasi pemirsanya mereka. Iklan lipstick yang bagus dalam program *reality show* bukan sebuah kebetulan, itu di informasikan menggunakan *big data* yang dimiliki oleh perusahaan

Menurut Schiffman dan Kanuk (2009:112), keputusan pembelian yaitu pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian. Artinya bahwa seseorang bisa membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternative pilihan. Keputusan untuk membeli bisa mengarah pada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut dilakukan. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen.

Rating adalah bagian dari ulasan yang menggunakan simbol bintang untuk menilai atau mengekspresikan pendapat dari konsumen kepada produk atau jasa yang ditawarkan. Rating dapat diartikan sebagai penilaian dari pengguna pada preferensi suatu produk terhadap pengalaman mereka menggunakan sesuatu barang atau jasa dan mengacu pada keadaan psikologis dan emosional yang mereka jalani saat berinteraksi dengan produk.

Moe dan Schweidel, (2012) menghubungkan antara rating terhadap tingkat pengambilan keputusan pelanggan. Mereka menemukan bahwa pengaruh penilaian pelanggan terhadap rating sebelum memutuskan membeli sesuatu tergantung pada seberapa seringnya rating atau nilai dilakukan oleh konsumen ini pada suatu produk atau jasa.

### Hipotesis

Hipotesis tidak lain dari jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya harus diuji secara empiris. Hipotesis menyatakan hubungan apa yang kita cari atau yang ingin kita pelajari. Hipotesis adalah pernyataan yang diterima secara sementara sebagai suatu kebenaran sebagaimana adanya, pada saat fenomena dikenal dan merupakan dasar kerja serta panduan dalam verifikasi. Hipotesis adalah keterangan sementara dari hubungan fenomena - fenomena (Nazir, 2013:132). Adapun hipotesis yang diajukan pada penelitian ini yaitu “Rating IMDb berpengaruh terhadap keputusan menonton film *Game of Thrones*”.

H0 : tidak ada pengaruh antar rating IMDb dengan keputusan menonton film Game of Thrones

H1 : ada pengaruh antar rating IMDb dengan keputusan menonton film Game of Thrones

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta – fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki (Nazir, 2013:43).

### Hasil Penelitian dan Pembahasan

Melalui penyebaran kuisioner ini didapat 110 responden pada penelitian ini, p Penelitian ini mengumpulkan data primer untuk melihat pengaruh rating film IMDb terhadap keputusan menonton melalui penyebaran kuisioner online kepada 110 responden yang menjadi sampel penelitian. Penyebaran kuisioner ini dilakukan kepada Komunitas Game of Thrones Bandung yang merupakan objek penelitian ini secara langsung.

Karakteristik responden dalam penelitian ini dibutuhkan untuk mengetahui latar belakang responden yang dapat dijadikan informasi tambahan dan masukan untuk menjelaskan hasil yang diperoleh dari penelitian. Berikut merupakan karakteristik responden sebagai gambaran profil responden yang menjadi sumber data primer untuk penelitian, antara lain:

1. Jenis kelamin
2. Usia
3. Pendidikan terakhir
4. Penghasilan perbulan
5. Domisili Kota Bandung

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan semua indikator pada tiap variabel, uji validitas, dan reliabilitas dapat dilanjutkan dengan melihat *Construct Reliability* dan *Average Variance Extracted*. Hasilnya menunjukkan bahwa dari 21 indikator, sebanyak 20 indikator memiliki *Loading Factor* di atas 0.5, yang menunjukkan bahwa hampir keseluruhan indikator pada penelitian ini merupakan alat ukur yang sesuai untuk mengukur variabelnya masing-masing. Selain itu, nilai T dari indikator-indikator tersebut memiliki nilai lebih dari 1.64 dengan tingkat kesalahan sebesar 5%. Hal tersebut menunjukkan hubungan yang kuat antara setiap variabel dengan indikator-indikatornya (Widodo, 2015). Uji validitas dengan menggunakan *Average Variance Extracted* (AVE) juga menunjukkan hasil yang baik, yaitu setiap variabel memiliki nilai AVE di atas 0.5. Nilai AVE di atas 0.5 mengindikasikan bahwa indikator-indikator pada suatu variabel sudah dapat menyatu dan dapat mewakili variabel tersebut. Sama halnya dengan nilai *Construct Reliability* yang digunakan untuk menguji reliabilitas, seluruh variabel yang digunakan menunjukkan hasil uji reliabilitas yang baik, yaitu di atas 0.7. Secara keseluruhan, alat ukur yang digunakan pada penelitian ini valid dan reliabel.

Berikut merupakan tanggapan responden terhadap variabel pelatihan melalui 8 item pernyataan pada kuisioner penelitian. Data tersebut dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 1 Respon X

Nomor Item	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)	Jumlah	Skor Total	Skor Maksimal	Persen (%)
1	0	0	17	93	110	423	440	96,13%
2	0	0	34	76	110	406	440	92,27%
3	0	3	49	58	110	385	440	87,50%
4	0	6	39	65	110	389	440	88,40%
5	7	12	46	45	110	349	440	79,31%
6	3	27	53	27	110	324	440	73,63%
7	0	2	13	95	110	423	440	96,13%

8	5	14	26	65	110	371	440	84,31%
Jumlah Skor Total								3070
Jumlah Skor Ideal								3520
Presentase								87,21%

Berdasarkan hasil perhitungan dari tabel 4.1, dapat diketahui bahwa setiap item pernyataan kuesioner yang mewakili variabel rating film IMDb mempunyai nilai tanggapan yang berbeda – beda. Dijabarkan secara rinci besarnya skor total dan tanggapan responden secara persen (%) dari setiap item pernyataan variabel pelatihan (X) yang berjumlah sebanyak 8 item pernyataan. Dari perhitungan tersebut didapatkan skor terendah dari variabel pelatihan yaitu item pernyataan no 6 yang memiliki skor total 324 atau 73,63%.

Tabel 2 Respon Y

Item Pernyataan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)	Jumlah	Skor Total	Skor Maksimal	Persen (%)
9	5	20	35	50	110	350	440	79,54%
10	2	20	48	40	110	346	440	78,63%
11	13	15	46	36	110	325	440	73,86%
12	9	11	23	67	110	368	440	83,63%
Jumlah skor total							1389	
Jumlah skor ideal							1760	
Presentase							78,92%	

Berdasarkan hasil perhitungan dari tabel 4.2, dapat diketahui bahwa setiap item pernyataan kuesioner yang mewakili variabel keputusan menonton mempunyai nilai tanggapan yang berbeda – beda. Pada tabel 4.2 dijabarkan secara rinci besarnya skor total dan tanggapan responden secara persen (%) dari setiap item pernyataan variabel keputusan menonton (Y) yang berjumlah sebanyak 4 item pernyataan. Dari perhitungan tersebut didapatkan skor terendah dari variabel keputusan menonton yaitu item pernyataan no 11 yang memiliki skor total 325 atau 73,86%. Bernilai paling rendah bila dibandingkan dengan item pernyataan yang lain dikarenakan sebagian besar responden merasa IMDb sebagai portal media informasi sudah lebih dari cukup untuk membantu responden dalam memiliki informasi berkaitan dengan film tanpa harus mengecek portal sejenis seperti *roten tomatoes*. Sedangkan untuk skor tertinggi variabel kinerja adalah item pernyataan no 12 dimana memiliki skor total 368 atau 83,63%

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.229	1.748		-2.991	.003
	Rating IMDb	.643	.063	.703	10.281	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menonton

Berdasarkan hasil pengolahan SPSS pada tabel 4.5, maka didapat persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = -5,229 + 0,643X$$

hasil persamaan regresi berganda diatas menunjukkan bahwa:

1. Konstanta  $a = -5,229$  menunjukkan bahwa, jika rating IMDb (X) nol maka keputusan menonton akan bernilai 5,229
2. Koefisien regresi pelatihan sebesar 0,643 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan rating IMDb maka keputusan menonton akan meningkat sebesar 0,643. Koefisien regresi bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Pengujian hipotesis dengan uji statistik T bertujuan untuk melihat signifikansi pengaruh variabel Independen yaitu rating IMDb terhadap variabel dependen yaitu keputusan menonton. Rumusan hipotesis untuk menguji hipotesis secara parsial dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$H_0 =$  Tidak terdapat pengaruh signifikan antara rating IMDb terhadap keputusan menonton film Game of Thrones.

$H_1 =$  Terdapat pengaruh signifikan antara rating IMDb terhadap keputusan menonton film Game of Thrones. Selanjutnya dilakukan proses perhitungan menggunakan SPSS versi 24 dan diperoleh hasil sebagai berikut.

### Hasil Uji Statistik T

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-5.229	1.748		-2.991	.003
	Rating IMDb	.643	.063	.703	10.281	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menonton

Sumber: output SPSS

Menurut Supardi (2013:232), jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  akan diterima, dan jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  akan ditolak. Dengan nilai signifikan 5%, diperoleh nilai  $t_{tabel}$  1,65882 berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel rating IMDb adalah sebesar 10,281. Karena nilai  $t_{hitung}$  10,281 >  $t_{tabel}$  1,65882 maka dapat disimpulkan  $H_1$  diterima bahwa terdapat pengaruh signifikan antara rating IMDb terhadap keputusan menonton film Game of Thrones

### Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya di dapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Rating IMDb (X) berada pada kategori sangat tinggi, artinya sebagian besar penonton merasa jika rating dianggap cukup bagus untuk sebuah film.
2. Keputusan menonton (Y) berada pada kategori yang tinggi, artinya keputusan menonton film Game of Thrones selalu dipengaruhi pada rating IMDb
3. Pengaruh rating IMDb terhadap keputusan menonton dilihat dari hasil regresi linier sederhana yang menunjukkan bahwa pelatihan (X) memiliki nilai 9.333 dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 12.318 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05. ini berarti bahwa rating IMDb berpengaruh signifikan terhadap keputusan menonton. Pengaruh rating IMDb terhadap keputusan menonton juga dapat dilihat dari nilai R square pada koefisien determinasi sebesar 0,495 atau sebesar 49,5%, dan sisanya sebesar 50,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Daftar Pustaka

Abrar, Ana Nadya. 2003. *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI

Ali, Hasan. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center for Academic Publishing Service). Yogyakarta

- Andarwati, Sri Retno dan Bambang S. sankoro. 2005. *Pemenuhan Kepuasan Pengguna Internet Oleh Peneliti Badan Litbang Pertanian di Bogor*. Jurnal Perpus Pertanian Vol. 14, nomor 1
- Anwar, Sanusi. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Basu Swastha dan Irawan. 2005. *Asas – asas marketing*. Yogyakarta: Liberty
- Berger, Charles R., dan Chaffee, Steven H. 1987. *Handbook of Communication Science*. California: SAGE Publications
- Christensen, Clayton M., Raynor Michael E., dan Mcdonald Rory (2015). *What is Disruptive Innovation?* [online]. <https://hbr.org/2015/12/what-is-disruptive-innovation> [15 agustus 2017]
- Departemen Fakultas ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. (2009). *Rating Televisi dan Masyarakat Desa*. Jakarta
- Engel. Roger, James F., D.Black., dan Miniard, Paul W. 1995. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Bina Rupa Aksara
- Fraenkel, Jack R. dan Wallen, Norman E. 1993. *How to Design and Evaluate Reasearch in Education*. New York: Mc Graw-Hill Inc
- Hartono, Jogianto. 2000. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi (Edisi kedua)*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- HBO (2017). *Game of Thrones Conquest: Fight for the Crown*. [online]. <http://www.makinggameofthrones.com/> [12 agustus 2017]
- Keraf, Gorys. 1978. *Komposisi*. Jakarta: Nusa Indah
- Kinsey, Alfred C, et al. (1948/1998). *Sexual Behavior In the Human Male*. Philadelphia: W.B Saunders: Bloomington: Indiana U Press,
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 (Edisi ke 13)*. Jakarta: Erlangga
- Koswara, E dkk. 1998. *Dinamika Informasi Dalam Era Global*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian (Cetakan 9)*. Bogor: Ghalia Indonesia
- O'Reilly, Tim (2007). *What Is Web 2.0: Design Pattern and Business Models for the Nest Generation of*
- Sanjaya, Ridwan dan Josua Tarigan. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Saulinggi, simon., Tambunan, Elisa Betty., dan Sulianti, Nira. 2013. *Hubungan Antara Komunikasi Guru-Orang Tua dan Profesionalisme Guru Dengan Motivasi Berprestasi Siswa Primary di Global Jaya International School Bintaro Tangerang*. Thesis pada Universitas Kristen Indonesia: Jurnal Manajemen Pendidikan
- Schiffman, L.G., dan L.L. Kanuk. 2009. *Persepsi Kualitas, Consumer Behavior*. New Jearsey: Pearson Prestice Hall.
- Sekaran, U. 2006. *Research methods for Business (Edisi keempat)*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- <https://www.imdb.com> (diakses pada 21 agustus 2017)
- <https://hypestat.com/info/imdb.com> (diakses pada 21 oktober 2017)
- <http://www.imdb.com/title/tt0944947/> (diakses pada 21 oktober 2017)
- <https://twitter.com/imdb> (diakses pada 20 November 2017)
- <https://www.nielsen.com> (diakses pada 20 November 2017)