

Pengaruh Kepuasan, Intensitas Penggunaan, dan Sociodemografi Pengguna terhadap Willingness to Pay Media Digital Berbayar = The Effect of Satisfaction, Intensity of Media Use and Sociodemography in Willingness to Pay for Subscription News

Deandra Syarizka, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20525991&lokasi=lokal>

Abstrak

Biaya operasional jurnalisme yang tak lagi dapat mengandalkan pendapatan dari iklan, akhirnya turut mendorong berbagai pengelola media digital di dunia, termasuk di Indonesia, untuk melahirkan keran pendapatan baru, yaitu sistem berlangganan. Tantangan dari implementasi sistem berlangganan adalah kesediaan khalayak dalam mengeluarkan uangnya untuk mengakses berita digital, terlebih di era internet ketika khalayak telah terbiasa mengonsumsi berita secara gratis. Penelitian ini bertujuan mengetahui sejauh mana pengaruh kepuasan, intensitas penggunaan media, dan sociodemografi pengguna terhadap kesediaan khalayak untuk berlangganan media digital berbayar. Penelitian ini menggunakan metode survei terhadap 160 responden generasi milenial di Jakarta yang telah berlangganan media digital selama setidaknya satu bulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sociodemografi pengguna dan intensitas penggunaan media memiliki pengaruh signifikan terhadap kesediaan khalayak untuk berlangganan media digital berbayar, sedangkan kepuasan menjadi faktor yang kurang signifikan. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa meskipun memberikan kepuasan kepada khalayak, namun keberadaan media digital berbayar tidak menggantikan kebutuhan khalayak terhadap media digital gratis. Penulis menyarankan adanya penelitian lanjutan untuk mencari tahu faktor lainnya yang berpengaruh terhadap kesediaan khalayak untuk berlangganan media digital, demi menganalisis sejauh mana prospek model bisnis ini bagi media digital Indonesia di masa depan.

.....The operational costs of journalism, which can no longer rely on revenue from advertising, have finally contributed to encouraging various digital media publishers in the world—including Indonesia—to make a new revenue stream, which is the subscription system. The challenge of implementing this new model is the audience's willingness to pay for online news, especially when the audience are used to access free online news. This study aims to determine the effect of satisfaction, intensity of media use, and sociodemography on the audience's willingness to pay for subscription news. This study used the survey methodology with 160 millennial respondents in Jakarta who had subscribed to online news for at least one month. The result showed that the audience's sociodemography and the intensity of media use had a significant effect on the audience's willingness to pay, while satisfaction was a less significant factor. This research also revealed that although it gives satisfaction to the audience, the existence of subscription news does not replace the audience's need for free online news. Thus, the author suggests further research to examine other factors that effecting the audience's willingness to pay, in order to analyze the prospect for this business model for Indonesian digital media industry in the future.