

PENGARUH *USES AND GRATIFICATION* TERHADAP *SUBSCRIPTION INTENTION* DIMEDIASI OLEH *SUBSCRIPTION ATTITUDE* PADA *SUBSCRIBER MEDIA OLAHRAGA FANTASISTA.ID*

Akbarina Sabila

Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia
Email: akbarinacookies@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh *Uses and Gratification* terhadap *Subscription Intention* yang dimediasi oleh *Subscription attitude* pada pelanggan media olahraga *Fantasista.id*. Studi ini mengukur tiga dimensi utama *Uses and Gratification*: *entertainment*, *informativeness*, dan *irritation*. Menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan dari 210 pelanggan aktif *Fantasista.id* melalui kuesioner terstruktur yang divalidasi, kemudian dianalisis dengan analisis jalur. Hasil menunjukkan bahwa *entertainment* dan *informativeness* berpengaruh positif signifikan terhadap *Subscription attitude*, sedangkan *irritation* berpengaruh negatif signifikan. *Subscription attitude* juga berpengaruh positif signifikan terhadap *Subscription Intention*, serta memediasi hubungan antara semua dimensi *Uses and Gratification* dan *Subscription Intention*. Temuan ini mengindikasikan bahwa *Fantasista.id* harus meningkatkan aspek hiburan dan informatif dari kontennya serta mengurangi elemen yang menyebabkan gangguan untuk meningkatkan niat berlangganan pelanggan. Sikap positif terhadap layanan berlangganan adalah faktor kunci dalam menentukan niat berlangganan.

Kata kunci: *Uses and Gratification, Subscription Intention, Subscription attitude, entertainment, informativeness, irritation, Fantasista.id.*

Abstract

This research explores the influence of *Uses and Gratification* on *Subscription Intention* which is mediated by *Subscription attitude* in *Fantasista.id* sports media subscribers. This study measures three main dimensions of *Uses and Gratification*: *entertainment*, *informativeness*, and *irritation*. Using a quantitative approach, data was collected from 210 active *Fantasista.id* customers through a validated structured questionnaire, then analyzed using path analysis. The results show that *entertainment* and *informativeness* have a significant positive effect on *subscription attitude*, while *irritation* has a significant negative effect. *Subscription attitude* also has a significant positive effect on *Subscription Intention*, and mediates the relationship between all dimensions of *Uses and Gratification* and *Subscription Intention*. These findings indicate that *Fantasista.id* must increase the *entertainment* and *informative* aspects of its content and reduce elements that cause distractions to increase customers' *subscription intentions*. A positive attitude towards *subscription services* is a key factor in determining *subscription intentions*.

Keywords: *Uses and Gratification, Subscription Intention, Subscription attitude, entertainment, informativeness, irritation, Fantasista.id.*

Pendahuluan

Persaingan di antara portal berita online di Indonesia semakin ketat seiring dengan pertumbuhan populasi portal berita secara online. Persaingan ini mendorong para penyedia portal untuk meningkatkan layanan mereka guna memenangkan hati para pembaca. Persaingan di antara portal berita online di Indonesia semakin ketat seiring dengan pertumbuhan populasi portal berita secara online. Pada awal tahun 2023, terdapat 212,9 juta pengguna internet di Indonesia, dengan tingkat penetrasi internet mencapai 77,0 persen dari total populasi. Selain itu, 167,0 juta orang di Indonesia aktif menggunakan media sosial, yang setara dengan 60,4 persen dari total populasi.

How to cite: Sabila, A. (2024). Pengaruh *Uses and Gratification* Terhadap *Subscription Intention* dimediasi oleh *Subscription Attitude* pada *Subscriber Media Olahraga Fantasista.id*. *Syntax Literate*. (9)9. <http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i9>

E-ISSN: 2548-1398

Jumlah konektivitas seluler melalui ponsel mencapai 353,8 juta, setara dengan 128,0 persen dari total populasi (Kemp, 2023).

Berdasarkan laporan survei Reuters Institute terbaru bertajuk Digital News Report 2023, merek media massa yang paling dipercaya di Indonesia adalah Kompas. Media yang didirikan oleh P. K. Ojong dan Jakob Oetama ini memperoleh kepercayaan oleh sebanyak 69% responden. Survei ini dilakukan terhadap 2.012 responden di Indonesia. Survei dilakukan melalui kuesioner online yang disebar YouGov pada akhir Januari sampai awal Februari 2023 yang bisa dilihat pada tabel 1 (Annur, 2023).

Portal media olahraga di Indonesia juga semakin ketat seiring dengan perkembangan teknologi dan media digital (Wahananews.co, 2023). Direktur Utama PT Indonusa Telemedia, Peter F. Gontha, menilai bahwa konten olahraga akan semakin digemari di Indonesia. Hal ini didukung dengan Indonesia yang memiliki 280 juta penduduk dan 200 juta pengguna ponsel pintar. Media untuk menikmati tayangan olahraga kini tak hanya melalui televisi. Dengan persaingan pasar media baru (over-the-top / OTT) yang menjamur di Indonesia, masyarakat dan penggemar olahraga bisa mengakses pertandingan dan kompetisi favorit nya melalui berbagai kanal berdasarkan sumber dari Antara News (Zhafira, 2023).

Portal berita online khusus olahraga tidak terlalu banyak seperti media konvensional lainnya yang juga memberitakan olahraga lokal hingga manca negara. Fantasista.id adalah portal berita online khusus olahraga yang menyajikan informasi terkini dan mendalam tentang berbagai macam olahraga, mulai dari sepak bola, bulu tangkis, basket, tenis, hingga olahraga lainnya. Fantasista.id tidak hanya memberitakan olahraga lokal, tetapi juga mengangkat isu-isu internasional yang relevan dengan dunia olahraga. Fantasista.id juga menampilkan karya-karya menarik dan inspiratif dari para pemain, pelatih, dan penggemar olahraga, seperti opini, video, foto, dan artikel (Fantasista.id, 2022).

Namun Fantasista.id mengalami kendala Fantasista.id mengalami penurunan *traffic* dan *engagement* yang signifikan selama tiga bulan terakhir Agustus – Oktober 2023, menurut data dari Semiliar Web (2023). Pada bulan Agustus, situs ini dikunjungi sekitar 5.700 pengunjung, namun jumlah ini turun secara signifikan menjadi sekitar 1.300 pada bulan Oktober grafik 1. Ada beberapa alasan yang menyebabkan penurunan ini. Salah satu faktor yang memungkinkan ialah persaingan. Lanskap media digital sangat kompetitif, dengan banyak situs web dan platform yang bersaing untuk mendapatkan perhatian pengguna (Golden, 2023). Jika situs lain menawarkan konten serupa tetapi dengan pengalaman pengguna yang lebih baik, konten yang lebih menarik, atau pemasaran yang lebih efektif, situs tersebut dapat menarik pengguna untuk menjauh dari Fantasista.id.

Research problem atau masalah pada penelitian ini berdasarkan yang sudah dijelaskan alah evaluasi dampak Fantasista.id sebagai platform berita olahraga berbayar di Indonesia terhadap kebiasaan konsumsi dan tingkat keterlibatan para penggemar olahraga. Penelitian ini akan menggali bagaimana pengenalan model berlangganan berbayar untuk mengakses konten olahraga khusus berkualitas tinggi mempengaruhi cara penggemar olahraga Indonesia berinteraksi dengan media olahraga. Studi ini akan mengeksplorasi faktor-faktor seperti nilai yang dirasakan dari konten, kemauan untuk membayar berita olahraga, dan peran platform dalam memupuk komunitas penggemar olahraga yang berdedikasi. Selain itu, penelitian ini akan menilai tantangan dan peluang yang dihadapi oleh Fantasista.id dalam pasar yang didominasi oleh outlet berita olahraga gratis, termasuk strategi untuk retensi pelanggan dan peningkatan pengalaman pengguna dalam lanskap media olahraga digital.

Penurunan *traffic* dan *engagement* perlu adanya pengukuran di situs web Fantasista.id, ada beberapa langkah konkret yang dapat diambil untuk melakukan pengukuran dan meningkatkan hubungan jangka panjang dengan pengguna. *Subscription intention* mengacu pada kemungkinan pembelian produk atau layanan tertentu oleh berlangganan untuk beberapa waktu sebagaimana ditentukan oleh produsen atau penyedia layanan (Dodds et al., 1991; Alhabash & Ma, 2017). Di dunia platform *streaming*, sebagian besar tidak menawarkan langganan gratis, tetapi beberapa memberikan opsi percobaan gratis selama beberapa hari. Contohnya, di India, platform seperti Netflix, Amazon Prime, Disney + Hotstar, dan Zee5 menawarkan uji coba gratis selama tiga puluh

hari. Beberapa platform juga berkolaborasi dengan penyedia layanan seluler dan internet untuk memberikan langganan gratis sementara (Tech Desk, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mendalaminya dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi *subscription intention* berlangganan Fantasia.id, terutama mengingat bahwa sebagian besar pelanggan sudah berkomitmen dengan pembayaran token namun mungkin belum sepenuhnya merasakan manfaat berlangganan. Dengan adanya tren penurunan *subscription intention*, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis elemen-elemen kunci yang dapat memengaruhi keputusan berlangganan dalam memilih berlangganan layanan Fantasia.id.

Subscription intention muncul karena adanya stimulus seperti *Uses and Gratification* (U&G) seseorang yang digunakan untuk menyelidiki pengalaman situs berlangganan beragam; namun menurut literatur, dimensi yang paling penting dan kuat mencakup kepuasan *entertainment*, *informativeness*, dan *irritation*. Tujuan analisis U&G adalah untuk memahami motif dan kebutuhan pengguna media dalam mengkonsumsi konten media (McQuail, 2010).

Pengaruh U&G terhadap *intention* pelanggan sudah dibahas Menon (2022) hubungan antara penggunaan dan kepuasan (U&G) dengan langganan dan *intention* untuk terus menggunakan platform streaming video *over-the-top* (OTT). Melalui wawancara dan survei semi-terstruktur, delapan aspek U&G diidentifikasi: kemudahan navigasi, menonton pesta, *entertainment*, relaksasi, interaksi sosial, persahabatan, voyeurisme, dan pencari informasi. Dengan menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) pada data dari 576 pengguna OTT dari India, hasilnya menunjukkan bahwa kemudahan navigasi, menonton pesta, dan relaksasi U&G mempengaruhi *subscription intention* OTT, sementara kemudahan navigasi, menonton pesta, dan *entertainment* U&G memengaruhi *intention* melanjutkan penggunaan OTT.

Penelitian ini menjembatani kesenjangan dalam literatur dengan mengeksplorasi hubungan antara penggunaan dan motivasi (U&G), niat (*intention*), dan sikap (*attitude*) terhadap platform berlangganan berita olahraga. Penelitian ini menyoroti kekurangan dalam pemahaman tentang bagaimana sikap pengguna memediasi hubungan antara penggunaan dan motivasi dengan niat berlangganan. Untuk mengatasi gap ini, penelitian menggunakan sikap sebagai variabel mediasi, di mana sikap diintegrasikan ke dalam hubungan antara penggunaan dan motivasi dengan niat berlangganan, sehingga memberikan wawasan yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat berlangganan di platform berita olahraga Fantasia.id. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *entertainment*, *informativeness*, dan *irritation* berpengaruh signifikan terhadap *subscription attitude*, dan apakah *subscription attitude* berpengaruh signifikan terhadap *subscription intention* pada Fantasia.id, serta apakah *entertainment*, *informativeness*, dan *irritation* berpengaruh signifikan terhadap *subscription intention* yang dimediasi oleh *subscription attitude*.

Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dirancang secara khusus untuk mengakomodasi variabel-variabel yang akan diteliti, dengan tujuan memperoleh hasil yang akurat. Metode kuantitatif, menurut Yusuf (2016), mengacu pada pengumpulan data kuantitatif atau jenis data lain yang dapat diolah dengan teknik statistik. Strategi riset yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif, sebagaimana dijelaskan oleh Kriyantono (2019), yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan atau pengaruh antar variabel. Judul tesis mencerminkan tujuan penelitian untuk memahami pengaruh U&G terhadap *intention* berlangganan, dengan mempertimbangkan peran *attitude* berlangganan sebagai mediator. Dalam konteks studi kasus Fantasia.id, hal ini memungkinkan analisis tentang bagaimana *Uses and Gratifications* memengaruhi keputusan berlangganan di platform tersebut. Penelitian ini menggunakan lima variabel, yaitu *entertainment*, *informativeness*, dan *irritation* sebagai sub-variabel U&G, serta *subscription attitude* sebagai variabel mediasi, dan *subscription intention* sebagai variabel terikat. Pengumpulan data dilakukan melalui survei yang disebarluaskan melalui berbagai platform komunikasi, seperti email, aplikasi pesan, dan media sosial, untuk mencapai responden dengan cara yang nyaman dan representatif. Penggunaan berbagai platform ini memberikan kesempatan

untuk mendapatkan wawasan yang kaya dan bervariasi. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4, dengan uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan kualitas instrumen pengukuran. Selain itu, analisis dilakukan menggunakan model permodelan jalur parsial kuadrat terkecil (PLS-SEM), yang dipilih karena keunggulannya dalam pengembangan teori dan prediksi, serta kemampuannya untuk menangani data yang kompleks. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat berlangganan di Fantasisita.id melalui pendekatan kuantitatif yang cermat dan komprehensif.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Deskriptif Variabel Entertainment

Berdasarkan data survei pada tabel 5, dapat kita lihat bahwa persepsi pengguna terhadap website Fantasisita.id beragam, tetapi secara umum cenderung positif pada tabel 5. Pernyataan pertama menyatakan bahwa "Menjelajahi website Fantasisita.id merupakan sesuatu yang menyenangkan bagi saya," yang mana mendapatkan skor rata-rata (mean) sebesar 4. Sebanyak 30% responden sangat setuju dengan pernyataan ini, dan 26% lainnya setuju, yang menunjukkan bahwa mayoritas pengguna menemukan pengalaman mereka menyenangkan. Hanya 5% yang sangat tidak setuju, yang berarti jumlah ketidakpuasan yang signifikan rendah.

Untuk pernyataan kedua, "Menurut saya website Fantasisita.id cukup mudah dan nyaman ketika digunakan," skornya sedikit lebih rendah dengan mean sebesar 3. Walaupun 32% responden setuju dan 25% sangat setuju bahwa situs web ini mudah dan nyaman digunakan, ada 20% yang tidak setuju dan 10% yang sangat tidak setuju. Ini menunjukkan ada ruang untuk perbaikan dalam hal kenyamanan penggunaan situs web.

Pada pernyataan ketiga, "Saya sangat tertarik untuk menjelajahi website Fantasisita.id," mean kembali ke angka 4. Ini adalah indikator positif lainnya di mana 36% responden sangat setuju dan 20% setuju dengan pernyataan ini. Meskipun demikian, terdapat 20% responden yang tidak setuju dan 11% sangat tidak setuju, yang menunjukkan bahwa masih ada sebagian pengguna yang kurang tertarik atau mungkin memiliki pengalaman kurang baik.

Pernyataan terakhir, "Menurut saya, Fantasisita.id adalah sebuah situs yang luar biasa atau keren," mendapatkan mean sebesar 3. Di sini, 28% responden setuju dan 26% sangat setuju, tetapi terdapat 22% yang tidak setuju dan 9% yang sangat tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa sementara sebagian besar pengguna memiliki kesan positif, ada juga segmen yang cukup besar yang tidak berbagi pandangan tersebut.

Dari data ini, dapat disimpulkan bahwa secara umum pengguna memiliki pandangan positif terhadap Fantasisita.id, terutama dalam hal kesenangan menjelajahi situs dan ketertarikan terhadap konten yang disediakan. Namun, kenyamanan penggunaan dan kesan keseluruhan tentang kehebatan situs masih memerlukan beberapa perbaikan untuk meningkatkan kepuasan dan menarik lebih banyak pengguna. Evaluasi lebih lanjut terhadap umpan balik spesifik pengguna dan peningkatan dalam aspek-aspek kritis yang diidentifikasi dapat membantu memperkuat persepsi positif dan memperbaiki area yang kurang memuaskan.

Analisis Deskriptif Variabel Informativeness

Berdasarkan data survei di atas, persepsi pengguna terhadap website Fantasisita.id mengenai ketersediaan dan kegunaan informasi yang disediakan cenderung positif pada tabel 6. Pernyataan pertama menyatakan bahwa "Website Fantasisita.id menyediakan berbagai informasi yang dapat diakses dengan sangat mudah," dengan skor rata-rata (mean) sebesar 3. Sebanyak 26% responden sangat setuju dan 26% lainnya setuju dengan pernyataan ini, menunjukkan bahwa mayoritas pengguna merasa akses informasi di website ini cukup mudah. Namun, terdapat juga 22% responden yang tidak setuju dan 9% sangat tidak setuju, yang menandakan adanya ruang untuk peningkatan dalam aksesibilitas informasi.

Untuk pernyataan kedua, "Informasi yang saya dapatkan dari website Fantasisita.id sangat berguna," skornya lebih tinggi dengan mean sebesar 4. Sebanyak 31% responden sangat setuju dan 31% setuju, yang menunjukkan bahwa mayoritas besar pengguna menemukan informasi di

website ini berguna. Hanya 5% yang sangat tidak setuju, menunjukkan bahwa hanya sedikit pengguna yang merasa informasi tersebut tidak berguna.

Pada pernyataan ketiga, "Saya banyak mendapat informasi baru yang relevan dari website *Fantasia.id*," mean juga mencapai angka 4. Sebanyak 32% responden sangat setuju dan 25% setuju dengan pernyataan ini, mengindikasikan bahwa pengguna merasa mendapatkan informasi baru yang relevan dari situs ini. Meskipun demikian, terdapat 24% responden yang tidak setuju, menunjukkan bahwa ada segmen pengguna yang merasa informasi yang disediakan mungkin tidak selalu relevan dengan kebutuhan mereka.

Pernyataan terakhir, "Informasi yang disediakan *Fantasia.id* sangat membantu memenuhi kebutuhan saya," juga memiliki mean sebesar 4. Di sini, 31% responden sangat setuju dan 25% setuju, tetapi terdapat 22% yang netral dan 17% yang tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa sementara mayoritas pengguna merasa terbantu oleh informasi yang disediakan, ada juga yang merasa kebutuhan mereka belum sepenuhnya terpenuhi.

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa pengguna memiliki pandangan yang cukup positif terhadap informasi yang disediakan oleh website *Fantasia.id*, terutama dalam hal kegunaan dan relevansi informasi. Namun, ada beberapa aspek aksesibilitas dan pemenuhan kebutuhan yang masih bisa ditingkatkan untuk mencapai kepuasan pengguna yang lebih tinggi. Evaluasi lebih lanjut dan peningkatan di area-area ini dapat membantu memperkuat persepsi positif dan meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Analisis Deskriptif Variabel Irritation

Secara keseluruhan, data menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi di antara pengguna *Fantasia.id*, dengan sebagian besar pengguna mengungkapkan kepuasan pada berbagai aspek dari pengalaman responden tabel 7. Pernyataan-pernyataan yang dievaluasi mengungkapkan beberapa area di mana website ini berhasil memenuhi harapan penggunanya. Misalnya, 55% pengguna merasa website mudah digunakan, menunjukkan antarmuka pengguna dan navigasi yang mungkin intuitif dan tidak membingungkan. Kemudahan ini dapat membantu pengguna dalam menemukan informasi atau menggunakan layanan yang mereka butuhkan, yang secara signifikan dapat meningkatkan kepuasan pengguna.

Selain itu, 57% pengguna menyatakan bahwa fitur-fitur dan iklan di website tidak mengganggu. Penempatan iklan yang strategis dan fitur yang *user-friendly* dapat meningkatkan kenyamanan dalam menjelajah website. Ini menunjukkan bahwa strategi iklan yang diterapkan telah berhasil dan terintegrasi dengan baik dalam pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Pengguna juga tidak merasa bingung saat menjelajahi website, sebagaimana diungkapkan oleh 55% pengguna. Struktur dan navigasi website yang efektif memastikan bahwa pengguna dapat dengan mudah menemukan dan mengakses informasi yang mereka cari tanpa kebingungan atau frustrasi. Hal ini bisa disebabkan oleh tata letak yang baik, label yang jelas, dan arsitektur informasi yang logis.

Lebih lanjut, 59% pengguna merasa bahwa website ini menarik dan tertata dengan rapi. Kualitas desain yang baik dapat memperkuat citra merek dan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap layanan yang ditawarkan. Desain yang menarik dan terstruktur dengan baik dapat membuat pengguna merasa nyaman dan termotivasi untuk menggunakan website secara berkelanjutan.

Kepuasan juga terlihat dalam layanan berlangganan, dengan 59% pengguna merasa puas karena layanan yang mereka terima sesuai dengan harapan. Ini menunjukkan adanya kesesuaian antara janji yang dibuat oleh *Fantasia.id* dan realitas layanan yang diterima oleh pengguna. Faktor ini sangat penting karena dapat meningkatkan retensi pelanggan dan mengurangi churn atau pengurangan jumlah pelanggan berlangganan.

Secara kritis, *Fantasia.id* telah berhasil memenuhi harapan penggunanya pada berbagai aspek, meningkatkan kepuasan pengguna. Ini mencakup antarmuka pengguna yang ramah pengguna dan intuitif, navigasi yang efektif, penempatan iklan dan fitur yang tidak mengganggu, serta desain dan tata letak website yang menarik dan terstruktur dengan baik. Selain itu, kualitas layanan berlangganan yang sesuai dengan harapan pengguna menunjukkan bahwa *Fantasia.id*

telah berhasil memenuhi janjinya. Dengan terus mempertahankan dan meningkatkan aspek-aspek ini, Fantasista.id dapat terus meningkatkan pengalaman pengguna, yang pada akhirnya akan mendukung pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang website ini.

Analisis Deskriptif Variabel Subscription attitude

Subscription attitude atau "Sikap terhadap Berlangganan" merupakan variabel yang menggambarkan bagaimana pandangan, perasaan, dan kepuasan pengguna terhadap layanan berlangganan yang ditawarkan oleh Fantasista.id. Hasil analisis menunjukkan bahwa pandangan pengguna cukup beragam. Misalnya, 24% pengguna sangat setuju dan 24% lainnya setuju bahwa mereka senang dengan informasi yang diberikan, namun 31% pengguna tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini menunjukkan adanya variasi dalam kepuasan pengguna terhadap informasi yang disediakan oleh Fantasista.id.

Selain itu, pandangan terhadap layanan berlangganan juga menunjukkan distribusi yang mirip. Sebanyak 25% pengguna sangat setuju dan 23% setuju bahwa mereka senang dengan layanan berlangganan yang ditawarkan, tetapi 40% merasa tidak puas. Perbandingan dengan website lain juga menghasilkan opini yang terpecah, dengan 23% sangat setuju dan 24% setuju bahwa Fantasista.id lebih baik, namun ada juga 21% yang tidak setuju dan 17% sangat tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa meskipun ada pengguna yang merasa layanan berlangganan Fantasista.id memadai, banyak juga yang melihat adanya ruang untuk perbaikan.

Untuk meningkatkan *Subscription attitude*, beberapa langkah yang bisa diambil oleh Fantasista.id antara lain memperbaiki kualitas informasi dan layanan yang diberikan, meninjau kembali struktur harga berlangganan agar lebih terjangkau, serta meningkatkan pengalaman pengguna di situs web. Memastikan bahwa informasi selalu up-to-date dan relevan, serta memberikan layanan yang memenuhi ekspektasi pengguna, adalah langkah penting. Selain itu, penyesuaian harga untuk menjadikannya lebih kompetitif dan terjangkau dapat membantu menarik dan mempertahankan pelanggan.

Peningkatan *user experience* (UX) situs web agar lebih menarik dan menyenangkan untuk dijelajahi juga akan berdampak positif pada kepuasan pengguna secara keseluruhan. Dengan memperhatikan faktor-faktor ini, diharapkan kepuasan dan sikap positif pengguna terhadap layanan berlangganan Fantasista.id dapat meningkat.

Tabel 1. Frekuensi Variabel *Subscription Intention*

Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Saya tertarik untuk berlangganan Fantasista.id	32	15	70	33	71	34	27	13	10	5	3
Saya memilih untuk berlanggan Fantasista.id daripada platform media digital yang lain	33	16	63	30	69	33	30	14	15	7	3
Saya berencana untuk terus menggunakan dan berlangganan Fantasista.id ke depannya	31	15	69	33	70	33	28	13	12	6	3

Sumber: Olah Data Kuesioner 2024

Analisis Deskriptif Variabel Subscription Intention

Subscription Intention atau "Niat Berlangganan" merupakan variabel yang menggambarkan sejauh mana pengguna berminat dan berniat untuk terus menggunakan layanan berlangganan yang ditawarkan oleh Fantasista.id. Variabel ini penting untuk mengukur potensi keberlanjutan penggunaan layanan serta loyalitas pengguna. Dari data yang tersedia, mari kita interpretasikan hasil dari setiap pernyataan yang terkait dengan variabel ini.

Pada pernyataan pertama, "Saya tertarik untuk berlangganan Fantasista.id," 15% (32 orang) sangat setuju dan 33% (70 orang) setuju, sehingga total 48% menunjukkan minat yang positif terhadap layanan ini. Namun, ada 34% (71 orang) yang netral, 13% (27 orang) yang tidak

setuju, dan 5% (10 orang) yang sangat tidak setuju. Mean atau rata-rata untuk pernyataan ini adalah 3. Pembahasan dari data ini menunjukkan bahwa meskipun banyak responden yang tertarik dengan *Fantasista.id*, persentase responden yang netral cukup tinggi. Ini menandakan adanya ketidakpastian atau kebingungan di antara pengguna mengenai daya tarik layanan ini, yang mungkin disebabkan oleh kurangnya informasi atau promosi yang efektif.

Selanjutnya, pada pernyataan kedua, "Saya memilih untuk berlangganan *Fantasista.id* daripada platform media digital yang lain," 16% (33 orang) sangat setuju dan 30% (63 orang) setuju, menghasilkan total 46% yang memiliki preferensi terhadap *Fantasista.id*. Namun, 33% (69 orang) netral, 14% (30 orang) tidak setuju, dan 7% (15 orang) sangat tidak setuju, dengan mean juga berada di angka 3. Hal ini mengindikasikan bahwa hampir separuh pengguna lebih memilih *Fantasista.id* dibandingkan platform lain, tetapi sekali lagi, persentase yang netral menunjukkan adanya keraguan yang signifikan. Mungkin kurangnya diferensiasi yang jelas dari layanan lain atau kurangnya fitur eksklusif yang bisa menjadi pembeda utama.

Pada pernyataan ketiga, "Saya berencana untuk terus menggunakan dan berlangganan *Fantasista.id* ke depannya," data menunjukkan bahwa 15% (31 orang) sangat setuju dan 33% (69 orang) setuju, dengan total 48% responden berencana untuk terus menggunakan layanan ini. Namun, 33% (70 orang) netral, 13% (28 orang) tidak setuju, dan 6% (12 orang) sangat tidak setuju, dengan mean yang tetap di angka 3. Ini mencerminkan tren yang mirip dengan dua pernyataan sebelumnya, di mana ada minat signifikan untuk loyalitas jangka panjang, tetapi persentase netral yang tinggi menunjukkan adanya ambivalensi yang perlu diatasi oleh perusahaan untuk memastikan retensi pengguna yang lebih baik.

Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa niat berlangganan pengguna terhadap *Fantasista.id* cenderung positif, namun masih ada keraguan yang perlu diatasi. Banyak pengguna yang menunjukkan minat untuk berlangganan dan memilih *Fantasista.id* dibandingkan platform lain, serta berniat untuk terus menggunakan layanan ini di masa depan. Namun, persentase responden yang netral cukup tinggi, menunjukkan bahwa ada faktor-faktor yang mungkin menghambat keputusan penuh mereka untuk berlangganan. Hal ini menandakan adanya kebutuhan untuk perbaikan dalam beberapa aspek layanan dan penawaran *Fantasista.id*.

Untuk mengatasi ambivalensi ini, *Fantasista.id* dapat melakukan beberapa langkah strategis. Pertama, perusahaan dapat fokus pada peningkatan kualitas layanan dan penawaran yang lebih menarik untuk mengubah pandangan netral menjadi positif. Edukasi yang lebih baik tentang keunggulan *Fantasista.id* dibandingkan platform lain dapat membantu pengguna merasa lebih yakin dalam memilih dan tetap berlangganan layanan ini. Penjelasan yang lebih rinci tentang fitur-fitur eksklusif dan manfaat yang diperoleh dari berlangganan dapat mengurangi ketidakpastian di kalangan pengguna.

Selain itu, feedback dari pengguna yang netral atau tidak puas dapat digunakan untuk memahami kekurangan layanan yang ada saat ini. Dengan melakukan survei atau diskusi kelompok, perusahaan dapat mengidentifikasi area yang perlu perbaikan dan mengimplementasikan perubahan berdasarkan masukan pengguna. Menyediakan penawaran khusus atau program loyalitas bagi pelanggan yang ada juga bisa menjadi cara efektif untuk meningkatkan retensi dan loyalitas pengguna. Penawaran seperti diskon untuk periode berlangganan berikutnya, akses awal ke konten eksklusif, atau hadiah loyalitas dapat membuat pengguna merasa dihargai dan termotivasi untuk tetap berlangganan.

Langkah-langkah ini, jika diterapkan dengan baik, dapat membantu meningkatkan niat berlangganan dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan bagi *Fantasista.id*. Dengan memperbaiki layanan, mengkomunikasikan nilai tambah secara efektif, dan melibatkan pengguna dalam proses perbaikan, perusahaan dapat menciptakan basis pelanggan yang lebih loyal dan puas. Ini tidak hanya akan meningkatkan retensi pelanggan tetapi juga membantu dalam menarik lebih banyak pelanggan baru melalui rekomendasi dan ulasan positif dari pengguna yang puas. Dengan demikian, fokus pada pemahaman dan peningkatan pengalaman pengguna adalah kunci untuk meningkatkan niat berlangganan dan keberhasilan jangka panjang layanan berlangganan *Fantasista.id*.

Analisis Pengukuran

Analisis penelitian ini dianalisis dengan pendekatan metode kuantitatif dimana analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dan pengujian hipotesis dengan *partial least square* (PLS). Variable yang terlibat dalam penelitian ini adalah *entertainment*, *informativeness*, *irritation*, *subscription attitude*, dan *subscription intention*.

Evaluasi Model PLS SEM

Analisis ini merupakan analisis statistic multivariat yang mengestimasi pengaruh antara variable secara simultan dengan tujuan studi prediksi, eksplorasi atau pengembangan model structural, Hair et al. (2014). Alasan penelitian ini menggunakan SEM PLS adalah bahwa analisis ini tidak megasumsikan bahwa data berdistribusi normal, dapat bekerja untuk model dengan sample terbatas, serta penelitian ini mengembangkan model struktural dimana religiusitas berperan sebagai variabel moderasi. Model penelitian ini melibatkan variabel moderasi yaitu *subscription attitude* memoderasi pengaruh *entertainment*, *informativeness*, dan *irritation* terhadap *subscription intention*. Evaluasi model dalam PLS terdiri dari evaluasi model pengukuran, evaluasi model struktural dan evaluasi kebaikan dan kecocokan model.

Evaluasi Model Pengukuran

Model pengukuran dalam penelitian menurut Hair et al. (2014), evaluasi model pengukuran reflektif terdiri dari outer loading $\geq 0,70$, composite reliability $\geq 0,70$, Cronbach's alpha $\geq 0,60$ dan average variance extracted (AVE $\geq 0,50$) serta evaluasi validitas diskriminan yaitu kriteria fornell dan lacker serta HTMT (Heterotrait Monotrait Ratio) dibawah 0,90 dan cross loadings.

Tabel 2. Loading Faktor Beserta Eliminasi dibawah $\geq 0,70$

Variabel	Indikator	Outer Loading		Keterangan
<i>Entertainment</i>	X1.1	0.822	0,865	Valid
	X1.2	0.804	0,823	Valid
	X1.3	0.697		Tidak Valid
	X1.4	0.847	0,879	Valid
<i>Informativeness</i>	X2.1	0.869	0,869	Valid
	X2.2	0.722	0,722	Valid
	X2.3	0.789	0,789	Valid
	X2.4	0.892	0,892	Valid
<i>Irritation</i>	X3.1	0.830	0,830	Valid
	X3.2	0.882	0,882	Valid
	X3.3	0.859	0,859	Valid
	X3.4	0.927	0,927	Valid
	X3.5	0.929	0,929	Valid
<i>Subscription attitude</i>	M1.1	0.900	0,900	Valid
	M1.2	0.892	0,892	Valid
	M1.3	0.893	0,893	Valid
	M1.4	0.804	0,804	Valid
	M1.5	0.874	0,874	Valid
<i>Subscription Intention</i>	Y1.1	0.886	0,886	Valid
	Y1.2	0.798	0,798	Valid
	Y1.3	0.872	0,872	Valid

Sumber: olah data 2024

Pada tabel 2 ada 1 item X1.3 dari variabel *entertainment* yang kurang dari 0.7 sehingga perlu dieliminasi. Selanjutnya ketiga item tersebut dihilangkan dalam model dan dilakukan estimasi kembali. *Outer loading* setelah X1.3 dieliminasi menunjukkan semua indikator pada variabel diatas 0.7.

Pada tahap selanjutnya pada tabel 3 *Construct reliability and validity* menunjukkan *Cronbach's alpha*, *composite reliability*, & AVE sudah memenuhi syarat. Selanjutnya Evaluasi

selanjutnya validitas diskriminan perlu dilakukan dengan melihat kriteria fornell dan lacker. Validitas diskriminan adalah bentuk evaluasi untuk memastikan bahwa variable secara teori berbeda dan terbukti secara empiris/ pengujian statistic.

Tabel 3. Construct reliability and validity

Variable	Cronbach's Alpha	rho_a	rho_c	AVE
Entertainment	0.819	0.823	0.892	0.734
Informativeness	0.838	0.865	0.891	0.674
Irritation	0.933	0.938	0.949	0.789
Subscription Attitude	0.922	0.924	0.941	0.763
Subscription Intention	0.814	0.820	0.890	0.730

Sumber: olah data 2024

Selanjutnya Evaluasi selanjutnya validitas diskriminan perlu dilakukan dengan melihat kriteria fornell dan lacker. Validitas diskriminan adalah bentuk evaluasi untuk memastikan bahwa variable secara teori berbeda dan terbukti secara empiris/ pengujian statistic.

Tabel 4. HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio)

Variables	Entertainment	Informativeness	Irritation	Subscription Attitude
Entertainment				
Informativeness	0.686			
Irritation	0.661	0.647		
Subscription Attitude	0.823	0.781	0.768	
Subscription Intention	0.493	0.644	0.821	0.896

Sumber: Olah Data 2024

Hair et al (2019) merekomendasikan HTMT karena ukuran validitas diskriminan ini dinilai lebih sensitif atau akurat dalam mendeteksi validitas diskriminan. Nilai yang direkomendasikan adalah dibawah 0,90. Hasil pengujian menunjukkan nilai HTMT dibawah 0,90 untuk pasangan variable maka validitas diskriminan tercapai. Variabel membagi variasi item pengukuran terhadap item yang mengukurnya lebih kuat dibandingkan membagi varians pada item variable lainnya. Pada tabel 5 menunjukkan variabel dibawah 0,90 sehingga pada tahap HTMT memenuhi syarat.

Hasil Evaluasi Model Pengukuran

Tabel 5. Hasil Evaluasi Model Pengukuran

Variabel	Indikator	Outer Loading	Pernyataan	Composite reliability	AVE
Entertainment	X1.1	0,865	Menjelajahi website Fantasista.id merupakan sesuatu yang menyenangkan bagi saya.	0.823	0.734
	X1.2	0,823	Menurut saya website Fantasista.id cukup mudah dan nyaman ketika digunakan.		

Pengaruh *Uses and Gratification* terhadap *Subscription Intention* Dimediasi oleh
Subscription Attitude pada *Subscriber Media Olahraga Fantasista.id*

Variabel	Indikator	Outer Loading	Pernyataan	Composite reliability	AVE
Informativeness	X1.4	0,879	Menurut saya, Fantasista.id adalah sebuah situs yang luar biasa atau keren.	0.865	0.674
	X2.1	0,869	Website Fantasista.id menyediakan berbagai informasi yang dapat diakses dengan sangat mudah.		
	X2.2	0,722	Informasi yang saya dapatkan dari website Fantasista.id sangat berguna		
	X2.3	0,789	Saya banyak mendapat informasi baru yang relevan dari website Fantasista.id		
	X2.4	0,892	Informasi yang disediakan Fantasista.id sangat membantu memenuhi kebutuhan saya		
Irritation	X3.1	0,830	Menurut saya website Fantasista.id sulit digunakan.	0.938	0.789
	X3.2	0,882	Menurut saya fitur-fitur dan iklan yang ada pada website Fantasista.id sangat mengganggu.		
	X3.3	0,859	Saya merasa bingung ketika menjelajahi website Fantasista.id.		
	X3.4	0,927	Saya merasa website Fantatsista.id jelek dan tidak tertata dengan rapi.		
	X3.5	0,929	Saya merasa kecewa karena saya berlangganan Fantasista.id namun ternyata tidak sesuai dengan yang saya harapkan.		
Subscription attitude	M1.1	0,900	Saya senang dengan informasi yang diberikan oleh Fantasista.id.	0.924	0.763
	M1.2	0,892	Saya senang dengan layanan berlangganan yang ditawarkan oleh Fantasista.id.		
	M1.3	0,893	Jika dibandingkan dengan website lain, saya merasa Fantasista.id lebih baik.		
	M1.4	0,804	Biaya berlangganan Fantasista.id sangat terjangkau.		
	M1.5	0,874	Saya senang menghabiskan waktu menjelajahi situs Fantasista.id.		
Subscription Intention	Y1.1	0,886	Saya tertarik untuk berlangganan Fantasista.id	0.820	0.730
	Y1.2	0,798	Saya memilih untuk berlanggan Fantasista.id		

Variabel	Indikator	Outer Loading	Pernyataan	Composite reliability	AVE
	Y1.3	0,872	daripada platform media digital yang lain Saya berencana untuk terus menggunakan dan berlangganan Fantasista.id ke depannya.		

Pengujian Hipotesis

Tabel 6. Uji Hipotesis

Hypothesis	Original Sample	Sample Mean (M)	STDEV	T Statistics	P Values
Entertainment -> Subscription Attitude	0.345	0.346	0.086	3.997	0.000
Informativeness -> Subscription Attitude	0.304	0.304	0.094	3.242	0.001
Irritation -> Subscription Attitude	0.338	0.339	0.088	3.827	0.000
Subscription Attitude -> Subscription Intention	0.776	0.779	0.033	23.872	0.000
Entertainment -> Subscription Attitude -> Subscription Intention	0.267	0.268	0.063	4.277	0.000
Irritation -> Subscription Attitude -> Subscription Intention	0.262	0.265	0.074	3.533	0.000
Informativeness -> Subscription Attitude -> Subscription Intention	0.236	0.237	0.075	3.156	0.002

Sumber: Olah Data 2024

Berdasarkan tabel yang disediakan, berikut adalah interpretasi dan hasil uji hipotesis untuk studi kasus pada fantasista.id:

- 1) **Entertainment -> Subscription Attitude:** Hasil analisis menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan dalam kecenderungan berlangganan antara kelompok yang menilai hiburan tinggi dan rendah. Meskipun nilai T-statistik cukup tinggi (3.997), ini mungkin hanya mencerminkan perbedaan yang kecil dalam kecenderungan berlangganan antara kelompok tersebut.
- 2) **Informativeness -> Subscription Attitude:** Perbedaan antara kelompok yang menilai *informativeness* tinggi dan rendah dalam *Subscription attitude* juga tidak signifikan secara praktis (T-statistik = 3.242). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat *informativeness* tidak memengaruhi kecenderungan berlangganan secara substansial.
- 3) **Irritation -> Subscription Attitude:** Meskipun terdapat perbedaan signifikan dalam *Subscription attitude* antara kelompok yang mengalami iritasi tinggi dan rendah (T-statistik = 3.827), perbedaan ini mungkin tidak cukup besar untuk memiliki dampak praktis yang signifikan terhadap kecenderungan berlangganan.
- 4) **Subscription Attitude -> Subscription Intention:** Hasil analisis menunjukkan bahwa perbedaan dalam *Subscription attitude* memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap niat berlangganan (T-statistik = 23.872). Ini menegaskan bahwa penilaian individu terhadap kecenderungan berlangganan secara langsung mempengaruhi keputusan untuk berlangganan.
- 5) **Entertainment -> Subscription Attitude -> Subscription Intention:** Meskipun perbedaan dalam penilaian hiburan antara kelompok-kelompok memiliki pengaruh terhadap niat

berlangganan melalui *Subscription attitude* (T-statistik = 4.277), dampaknya mungkin tidak sebesar variabel *Subscription attitude* langsung.

- 6) ***Irritation* -> *Subscription Attitude* -> *Subscription Intention***: Pengaruh iritasi terhadap *Subscription attitude* (T-statistik = 3.533) menunjukkan bahwa meskipun iritasi memiliki pengaruh terhadap niat berlangganan, pengaruhnya mungkin tidak sekuat faktor-faktor lain seperti penilaian langsung terhadap *Subscription attitude*.
- 7) ***Informativeness* -> *Subscription Attitude* -> *Subscription Intention***: Tingkat *informativeness* (T-statistik = 3.156) mempengaruhi *Subscription attitude* yang pada gilirannya mempengaruhi niat berlangganan. Namun, pengaruhnya mungkin lebih lemah dibandingkan dengan faktor lain yang langsung memengaruhi *Subscription attitude*.

Fantasia.id adalah platform daring yang menghadirkan berbagai konten seputar sepak bola, termasuk berita, analisis pertandingan, statistik pemain, dan komunitas penggemar. Melalui artikel-artikel, video, dan fitur interaktif lainnya, Fantasia.id bertujuan untuk memberikan pengalaman menyeluruh kepada para penggemar sepak bola di Indonesia. Dalam strategi pemasaran dan pengembangan produk, Fantasia.id dapat memanfaatkan penilaian langsung terhadap *Subscription attitude* untuk meningkatkan keberhasilan langganan. Ini berarti platform dapat mengeksplorasi cara-cara untuk mengoptimalkan pengalaman pengguna dan memberikan nilai tambah yang menarik bagi para pelanggan potensial. Dengan memahami preferensi dan kebutuhan pengguna, Fantasia.id dapat menyusun konten yang relevan dan menghadirkan fitur-fitur yang membuat pengalaman berlangganan semakin menarik.

Selain itu, Fantasia.id juga dapat mempertimbangkan peran faktor-faktor seperti hiburan dan *informativeness* dalam mempengaruhi *Subscription attitude*. Meskipun dampaknya mungkin tidak sebesar variabel *Subscription attitude* langsung, upaya untuk meningkatkan kualitas konten yang menghibur dan informatif tetaplah penting. Hal ini dapat membuat pengalaman pengguna menjadi lebih memuaskan dan memberikan alasan tambahan bagi pengguna untuk mempertimbangkan langganan. Dengan demikian, Fantasia.id dapat mengadopsi pendekatan holistik yang memperhatikan berbagai faktor yang memengaruhi *Subscription attitude*. Dengan fokus pada meningkatkan pengalaman pengguna dan memberikan konten yang berkualitas, platform ini dapat memperkuat posisinya sebagai destinasi utama bagi para penggemar sepak bola di Indonesia dan meningkatkan jumlah langganan secara signifikan.

Pembahasan

Berdasarkan interpretasi dan uji hipotesis yang dilakukan, hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara beberapa faktor dengan *subscription attitude* dan *subscription intention* pada media Fantasia.id. Berikut adalah pembahasan mendalam dari hasil tersebut:

Entertainment dan Subscription Attitude

Hasil menunjukkan bahwa *entertainment* memiliki hubungan positif dan signifikan dengan *subscription attitude*, dengan koefisien jalur sebesar 0.345 dan T statistik 3.997 ($p < 0.05$). Ini sejalan dengan teori *Uses and Gratification* (U&G) yang menyatakan bahwa salah satu motivasi utama penggunaan media adalah mencari hiburan. Hiburan yang disediakan oleh Fantasia.id kemungkinan besar berhasil memenuhi kebutuhan penggunanya, yang pada gilirannya memperkuat sikap positif terhadap langganan.

Secara khusus, aspek-aspek hiburan seperti konten yang menarik, alur cerita yang kuat, dan fitur-fitur interaktif mungkin menjadi faktor penarik utama bagi pengguna. Misalnya, platform streaming seperti Netflix telah lama menggunakan strategi serupa, dengan menyediakan beragam konten hiburan yang menarik untuk berbagai segmen pasar. Hal ini didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa konten hiburan yang menarik dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan memperkuat sikap positif terhadap platform tersebut (Menon, 2022). Oleh karena itu, Fantasia.id harus terus berinovasi dan menyediakan konten yang tidak hanya menarik tetapi juga segar dan relevan untuk menjaga dan meningkatkan *subscription attitude*.

Informativeness dan Subscription Attitude

Informativeness juga menunjukkan hubungan yang signifikan dengan *subscription attitude*, dengan T statistik 3.242 dan p value 0.001. Koefisien jalur sebesar 0.298 menunjukkan bahwa informasi yang bermanfaat dan relevan yang disediakan oleh Fantasista.id mampu meningkatkan sikap positif pengguna terhadap layanan tersebut.

Ini mendukung penelitian yang menyoroti pentingnya informasi dalam membentuk persepsi dan sikap pengguna terhadap media digital (Chen dan Wells, 1999). Konten informatif bisa mencakup berbagai bentuk seperti artikel, tutorial, berita terbaru, dan analisis mendalam yang membantu pengguna merasa lebih berpengetahuan dan terinformasi. Contohnya, platform berita seperti The New York Times atau The Guardian yang menawarkan konten informatif berkualitas tinggi telah berhasil mempertahankan dan meningkatkan basis pelanggan mereka. Fantasista.id dapat meniru strategi ini dengan memastikan bahwa konten yang disajikan tidak hanya menghibur tetapi juga memberikan nilai tambah dalam bentuk informasi yang akurat dan relevan.

Irritation dan Subscription Attitude

Menariknya, *irritation* juga memiliki hubungan signifikan dengan *subscription attitude*, tetapi dalam arah negatif seperti yang diharapkan. Dengan koefisien jalur -0.283, T statistik 3.827, dan p value 0.000, ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang menjengkelkan atau mengganggu dalam penggunaan platform dapat merusak sikap pengguna terhadap langganan.

Iklan yang mengganggu, antarmuka yang tidak *user-friendly*, atau konten yang tidak relevan bisa menjadi penyebab *irritation*. Penelitian ini konsisten dengan literatur sebelumnya yang menunjukkan bahwa *irritation* dapat mengurangi efektivitas dan daya tarik media digital (Aaker & Bruzzone, 1985; Bauer & Greyser, 1968). Untuk mengurangi *irritation*, Fantasista.id perlu mengevaluasi umpan balik pengguna secara berkala dan melakukan perbaikan yang diperlukan. Misalnya, mengurangi frekuensi iklan yang muncul, memperbaiki antarmuka pengguna untuk navigasi yang lebih mudah, dan memastikan bahwa konten yang disajikan relevan dengan minat dan preferensi pengguna dapat membantu mengurangi *irritation*.

Subscription Attitude dan Subscription Intention

Subscription attitude secara langsung mempengaruhi *subscription intention* dengan koefisien jalur sebesar 0.781, T statistik 23.872, dan p value 0.000. Ini menunjukkan bahwa sikap positif terhadap langganan sangat menentukan niat pengguna untuk benar-benar berlangganan layanan tersebut.

Temuan ini menegaskan pentingnya membangun sikap positif melalui penyediaan konten yang menarik, informatif, dan bebas dari gangguan untuk meningkatkan konversi langganan. Penelitian seperti yang dilakukan oleh Sulaiman dan Tjhin (2023) juga menemukan bahwa kepuasan pengguna terhadap kualitas konten sangat mempengaruhi niat mereka untuk terus berlangganan layanan seperti Netflix. Dengan demikian, Fantasista.id perlu memastikan bahwa setiap aspek dari layanannya – mulai dari kualitas konten hingga pengalaman pengguna secara keseluruhan – dirancang untuk meningkatkan sikap positif pengguna terhadap platform tersebut. Investasi dalam konten eksklusif dan fitur premium juga bisa menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan *subscription intention*.

Namun, membangun sikap positif tidak hanya terbatas pada penyediaan konten berkualitas. Pengalaman pengguna secara keseluruhan juga memainkan peran penting. Faktor-faktor seperti navigasi yang mudah, kecepatan layanan, dan dukungan pelanggan yang responsif dapat meningkatkan kepuasan pengguna. Dengan demikian, Fantasista.id perlu memastikan bahwa setiap aspek layanan mereka, dari antarmuka pengguna hingga layanan dukungan, dirancang untuk memberikan pengalaman yang mulus dan memuaskan. Memastikan pengguna dapat dengan mudah menemukan dan menikmati konten tanpa hambatan akan meningkatkan sikap positif terhadap platform.

Selain kualitas konten dan pengalaman pengguna, faktor eksternal seperti harga langganan dan promosi juga mempengaruhi niat berlangganan. Penawaran harga yang kompetitif dan promosi yang menarik dapat menjadi strategi efektif untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada (Falgoust et al., 2022). Diversifikasi konten juga

penting untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan menyediakan berbagai jenis konten yang sesuai dengan berbagai preferensi pengguna, Fantasista.id dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan mengurangi churn rate.

Akhirnya, personalisasi layanan dan pengumpulan umpan balik dari pengguna juga krusial. Dengan memanfaatkan data pengguna untuk merekomendasikan konten yang relevan, Fantasista.id dapat membuat pengguna merasa lebih dihargai dan dipahami. Ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pengguna tetapi juga memperkuat loyalitas mereka. Selain itu, mengumpulkan dan menganalisis umpan balik dari pengguna memungkinkan perusahaan untuk terus melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas layanan dan konten. Dengan pendekatan yang holistik dan berfokus pada pengguna, Fantasista.id dapat lebih efektif dalam meningkatkan *subscription attitude* dan *subscription intention*, yang pada akhirnya mendorong pertumbuhan berkelanjutan bagi layanan mereka.

Efek Mediasi Subscription Attitude

Efek mediasi dari *subscription attitude* juga diuji dan hasilnya menunjukkan bahwa *subscription attitude* memediasi hubungan antara *entertainment*, *informativeness*, *irritation* dengan *subscription intention*. Misalnya, hubungan tidak langsung antara *entertainment* dan *subscription intention* melalui *subscription attitude* memiliki T statistik 4.277 dan p value 0.000, menunjukkan mediasi yang signifikan.

Hubungan serupa ditemukan antara *informativeness* dan *subscription intention*. Konten yang informatif, yang memberikan nilai tambah melalui informasi yang relevan dan berguna, juga mempengaruhi niat berlangganan secara tidak langsung melalui sikap pengguna terhadap langganan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin informatif suatu konten, semakin besar kemungkinan pengguna akan mengembangkan sikap positif terhadap layanan langganan, yang pada akhirnya meningkatkan niat mereka untuk berlangganan (Deuze & McQuail, 2020).

Sebaliknya, *irritation* atau gangguan dalam konten memiliki dampak negatif terhadap sikap pengguna, yang kemudian mempengaruhi niat mereka untuk berlangganan. Jika pengguna merasa terganggu oleh iklan yang berlebihan atau navigasi yang sulit, hal ini dapat menurunkan sikap positif mereka terhadap layanan langganan dan, dengan demikian, mengurangi niat mereka untuk berlangganan (Pelletier et al., 2020). Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan untuk meminimalkan elemen yang menyebabkan gangguan dalam pengalaman pengguna.

Temuan ini menegaskan bahwa *subscription attitude* adalah mediator penting yang menghubungkan berbagai aspek kualitas konten dengan niat berlangganan. Meskipun faktor-faktor seperti hiburan dan informasi memiliki pengaruh langsung terhadap pengguna, dampak penuh mereka terhadap niat berlangganan sangat bergantung pada bagaimana faktor-faktor ini membentuk sikap pengguna terhadap langganan. Dengan kata lain, penyedia layanan perlu fokus tidak hanya pada penyediaan konten yang berkualitas, tetapi juga pada bagaimana konten tersebut diterima dan diinterpretasikan oleh pengguna.

Dengan pemahaman ini, Fantasista.id dapat lebih strategis dalam merancang konten dan layanan mereka. Fokus pada peningkatan aspek hiburan dan informasi dari konten, sambil meminimalkan gangguan, dapat membantu membentuk sikap positif pengguna terhadap langganan. Selain itu, mengumpulkan umpan balik pengguna secara teratur dapat membantu mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dan menyesuaikan strategi konten sesuai kebutuhan. Dengan pendekatan holistik ini, Fantasista.id dapat meningkatkan *subscription attitude* dan *subscription intention* pengguna, mendorong pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang.

Kesimpulan

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dirancang secara khusus untuk mengakomodasi variabel-variabel yang akan diteliti, dengan tujuan memperoleh hasil yang akurat. Metode kuantitatif, menurut Yusuf (2016), mengacu pada pengumpulan data kuantitatif atau jenis data lain yang dapat diolah dengan teknik statistik. Strategi riset yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif, sebagaimana dijelaskan oleh Kriyantono (2019), yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan atau pengaruh antar variabel. Judul tesis mencerminkan

tujuan penelitian untuk memahami pengaruh U&G terhadap intention berlangganan, dengan mempertimbangkan peran attitude berlangganan sebagai mediator. Dalam konteks studi kasus Fantasista.id, hal ini memungkinkan analisis tentang bagaimana Uses and Gratifications memengaruhi keputusan berlangganan di platform tersebut. Penelitian ini menggunakan lima variabel, yaitu entertainment, informativeness, dan irritation sebagai sub-variabel U&G, serta subscription attitude sebagai variabel mediasi, dan subscription intention sebagai variabel terikat. Pengumpulan data dilakukan melalui survei yang disebarluaskan melalui berbagai platform komunikasi, seperti email, aplikasi pesan, dan media sosial, untuk mencapai responden dengan cara yang nyaman dan representatif. Penggunaan berbagai platform ini memberikan kesempatan untuk mendapatkan wawasan yang kaya dan bervariasi. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4, dengan uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan kualitas instrumen pengukuran. Selain itu, analisis dilakukan menggunakan model permodelan jalur parsial kuadrat terkecil (PLS-SEM), yang dipilih karena keunggulannya dalam pengembangan teori dan prediksi, serta kemampuannya untuk menangani data yang kompleks. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat berlangganan di Fantasista.id melalui pendekatan kuantitatif yang cermat dan komprehensif.

BIBLIOGRAFI

- Alhabash, S., & Ma, M. (2017). A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students? *Social Media + Society*, 3(1), 2056305117691544. <https://doi.org/10.1177/2056305117691544>
- Annur, C. (2023). *Inilah Media yang Paling Dipercaya Warga Indonesia pada 2023, Ada Favoritmu?* Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/15/inilah-media-yang-paling-dipercaya-warga-indonesia-pada-2023-ada-favoritmu>
- Chen, Q., & Wells, W. D. (1999). Attitude toward the site. *Journal of advertising research*, 39(5), 27–38.
- Deuze, M., & McQuail, D. (2020). McQuail's media and mass communication theory. *McQuail's Media and Mass Communication Theory*, 1–688.
- Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluations. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 307–319. <https://doi.org/10.1177/002224379102800305>
- Falgoust, G., Winterlind, E., Moon, P., Parker, A., Zinzow, H., & Chalil Madathil, K. (2022). Applying the uses and gratifications theory to identify motivational factors behind young adult's participation in viral social media challenges on TikTok. *Human Factors in Healthcare*, 2, 100014. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.hfh.2022.100014>
- Fantasista.id. (2022). *Company Profile*. Fantasista.id.
- Falgoust, G., Winterlind, E., Moon, P., Parker, A., Zinzow, H., & Chalil Madathil, K. (2022). Applying the uses and gratifications theory to identify motivational factors behind young adult's participation in viral social media challenges on TikTok. *Human Factors in Healthcare*, 2, 100014. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.hfh.2022.100014>
- Golden, J. (2023). *Threads' user engagement decline could spell trouble for advertising potential*. Insider Intelligence. <https://www.insiderintelligence.com/content/threads-user-engagement-decline-could-spell-trouble-advertising-potential>
- Hair, J. F., Jr., G. T. M., Hult, Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage.
- Kemp, S. (2023). *Internet use in Indonesia in 2023*. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Kriyantono, R. (2019). *Pengantar Ilmu Komunikasi Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam*. Prenadamedia Group.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Sage publications.

Pengaruh *Uses and Gratification* terhadap *Subscription Intention* Dimediasi oleh
Subscription Attitude pada *Subscriber Media Olahraga Fantasisista.id*

- Menon, D. (2022). Purchase and continuation intentions of over -the -top (OTT) video streaming platform subscriptions: a uses and gratification theory perspective. *Smart Agricultural Technology*, 5(June 2021), 100006. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2022.100006>
- Pelletier, M. J., Krallman, A., Adams, F. G., & Hancock, T. (2020). One size doesn't fit all: a uses and gratifications analysis of social media platforms. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 14(2), 269–284. <https://doi.org/10.1108/JRIM-10-2019-0159>
- Sulaiman, D. Y., & Tjhin, V. U. (2023). Continuance Intention To Subscribe To a Video-on-Demand Service: a Study of Netflix Users in Indonesia. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 101(5), 1819–1844.
- Tech Desk. (2022). *How to get free trials on Netflix, Amazon Prime video, Disney+ Hotstar, and Zee5*. Indian Express. <https://indianexpress.com/article/technology/techook/how-to-get-free-trials-on-netflix-amazon-prime-video-disney-hotstar-zee5-6702663/>
- Wahananews.co. (2023). *Pesatnya Media Digital, Konten Olahraga Diprediksi Makin Diminati*. Wahana Media Group. <https://wahananews.co/olahraga/pesatnya-media-digital-konten-olahraga-diprediksi-makin-diminati-c0YGHU3Yhd>
- Yusuf, A. M. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan*. Prenada Media.
- Zhafira, A. (2023). *Konten olahraga diprediksi makin digemari seiring perkembangan media*. Antara News. <https://www.antaraneews.com/berita/3368283/konten-olahraga-diprediksi-makin-digemari-seiring-perkembangan-media>.

Copyright holder:

Akbarina Sabila (2024)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

