

ABSTRAK

Menonton film merupakan kegiatan yang banyak dilakukan seseorang untuk menghilangkan kepenatan setelah melakukan kegiatan harian yang cukup melelahkan. Dahulu menonton film hanya bisa dilakukan dengan pergi ke bioskop dengan jam tayang yang telah ditentukan, namun seiring perkembangan teknologi yang semakin pesat, kini menonton film bisa dilakukan kapanpun dan di manapun menggunakan *video on demand*. Penelitian ini dilatar belakangi dari hasil pra-penelitian yang menunjukkan adanya suatu fenomena pergeseran perilaku konsumen yang awalnya menonton di bioskop kemudian beralih menggunakan layanan *on-demand*. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi fenomena yang ada, serta menganalisa alasan yang melatar belakangi pecinta film dalam menonton menggunakan *video on demand*.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dilakukan dengan mencari sumber data melalui *in-depth interview* yang dilakukan terhadap 5 orang informan, pengumpulan dokumen, serta triangulasi sumber data yang dilakukan oleh peneliti. Hasil data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode *open coding*, *axial coding* dan *selective coding* dengan memperhatikan aspek *trustworthiness*. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya faktor-faktor yang menjadi alasan seseorang dalam menonton menggunakan *video on demand* yaitu; hobi, *flexibility*, motif emosional, motif patronase, motif rasional, motivasi intrinsik, motivasi ekstrinsik, dan *re-run*.

Kata kunci: hobi, *flexibility*, motif emosional, motif patronase, motif rasional, motivasi intrinsik, motivasi ekstrinsik, *re-run*.