

ABSTRAK

Penyebaran Internet berkecepatan tinggi ke berbagai daerah dan peningkatan media *over-the-top* (OTT) menyebabkan banyak konsumen televisi yang mengalami perpindahan perilaku dalam mengonsumsi konten tayangan dari penyedia layanan TV kabel menuju media *over-the-top* (OTT) yang disebut juga dengan *video cord cutting*. Perpindahan perilaku dalam mengonsumsi konten tayangan dari konsumen televisi menuju platform media OTT pun menimbulkan *switching behaviour* konsumen dalam mengonsumsi media.

NET TV menanggapi fenomena ini dengan meluncurkan platform Zulu, kanal video *online* berbasis *on-demand* yang mengunggah tayangan-tayangan NET TV yang telah disiarkan secara onair yang menimbulkan *switching behaviour* yang dilakukan konsumen NET TV. Penelitian ini bertujuan untuk menggali alasan yang mendasari konsumen NET TV melakukan *cord cutting* terhadap televisi konvensional dan media *over-the-top* Zulu.

Informan pada penelitian ini adalah konsumen dari NET TV yang cukup sering mengakses konten NET TV melalui Zulu dan triangulator dari seorang dosen dan juga praktisi di bidang media. Peneliti melibatkan 15 informan dan 1 triangulator dengan melakukan wawancara yang bertempat di beberapa daerah di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *in-depth interview*. Dalam pemilihan sampel, penelitian ini menggunakan pengumpulan data dengan *purposive sampling*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada tiga faktor yang menyebabkan *video cord cutting* oleh konsumen NET TV yang berhubungan dengan *Antecedents of Consumer Involvement* (faktor personal, produk, dan situasional). Faktor ini pun dikelompokkan kembali dengan *push-pull framework* untuk menjelaskan faktor yang membuat konsumen memiliki *switching behaviour* menuju Zulu.

Kata kunci: NET TV, Zulu, *Over-The-Top Media*, televisi, *Video Cord Cutting*, *Antecedents of Consumer Involvement*, *switching behaviour*, *push-pull framework*.