

ABSTRAK

ANALISIS SELISIH *VALUE USER EXPERIENCE* PADA LAYANAN FILM *STREAMING* BERLANGGANAN MENGGUNAKAN MODEL UX *HONEYCOMB*

Oleh

Trias Wijaksono Ady

Pandemi covid-19 telah berdampak pada kebiasaan semua orang termasuk bagaimana cara seseorang memilih hiburan. salah satu hiburan dalam rumah adalah menonton film. berdasarkan survei yang dilakukan oleh *mckinsey and company* didapatkan fakta bahwa 45% responden memilih hiburan di dalam rumah, sedangkan survei yang dilakukan oleh *Media Partners Asia* menyatakan pertumbuhan jumlah layanan *streaming film* berlangganan di Asia Tenggara meningkat sebanyak 5 juta *subscriber* pada 2021. Disney plus hotstar dengan pertumbuhan pengguna yang paling besar berbanding terbalik dengan jumlah menit tonton terlama yaitu Netflix. karena perbandingan tersebut munculah pertanyaan apakah layanan *streaming film* Disney plus hotstar dan Netflix memiliki *value* yang baik untuk pengguna. dengan menggunakan model UX Honeycomb sebuah model dengan 7 *value* yaitu *usable, useful, desirable, accessible, findable, credible* dan *valuable* dilakukan perbandingan antara *proposed value* para ahli dan *perceived value* para pengguna pada kedua layanan *streaming film* Disney plus hotstar dan Netflix menggunakan *gap analysis* dan didapatkan hasil yaitu nilai dari kesenjangan *proposed value* dan *perceived value* netflix adalah 0 yang artinya harapan dan realitas adalah sama sedangkan nilai *gap analysis* Disney plus hotstar adalah -0,4 yang artinya nilai harapan lebih tinggi dari pada realitas yang dirasakan pengguna. Hasil rata-rata *perceived value* Netflix lebih besar dari *perceived value* Disney plus hotstar

Kata kunci: *Streaming film, Netflix, Disney+ Hotstar, UX Honeycomb*