
Interaksionisme Simbolik dalam Era Digital: Persepsi Mahasiswa FISIP Unsoed terhadap Akun *Sharing* Netflix dari Penjual Nonresmi

Haura Sabitta Zikra Loen¹, Masrukin², Joko Santoso³

¹²³Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jenderal Soedirman

Email: ¹haura.loen@mhs.unsoed.ac.id, ²masrukin@unsoed.ac.id, ³joko.santoso@unsoed.ac.id

Diterima	14	November	2025
Disetujui	07	Desember	2025
Dipublish	07	Desember	2025

Abstract

Technological advancement has led to increased demand and diversity in digital content. One of the most popular forms of technological development today is subscription-based streaming applications. However, in practice, these applications have given rise to illegal behaviours, notably account sharing, which has become widespread in society, particularly among Generation Z as the largest group of streaming service users. Therefore, this study aims to explore the perceptions of users engaged in illegal account sharing of the Netflix streaming application among students of the Faculty of Social and Political Sciences (FISIP) at Universitas Jenderal Soedirman. This research employs a qualitative method with a phenomenological approach. Data were collected through in-depth interviews, and informants were selected using the snowball sampling technique. The theoretical framework used to analyze this phenomenon is the symbolic interactionism theory developed by George Herbert Mead. Symbolic interactionism is a sociological approach that focuses on how individuals construct meaning through social interaction. The findings indicate that social media and immediate social environments, such as family and close friends, play a significant role in shaping students' digital consumption patterns, including introducing and disseminating the use of shared Netflix accounts. The experiences of students using shared Netflix accounts reflect that this form of unofficial digital consumption possesses its own social structure and behavioral logic. The phenomenon of account sharing among university students illustrates that collective norms and social logic tend to be more influential in shaping perceptions of legality than formal legal norms.

Keywords: *Account sharing, Netflix, College Student, Symbolic Interactionism*

Abstrak

Perkembangan teknologi menyebabkan meningkatnya permintaan dan keragaman konten digital. Salah satu perkembangan teknologi yang saat ini populer digunakan adalah aplikasi *streaming*. Aplikasi *streaming* berbasis langganan pada kenyataannya menimbulkan praktik ilegal, yaitu akun *sharing* di masyarakat terutama di kalangan generasi Z sebagai pengguna terbanyak aplikasi *streaming*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pengguna akun *sharing* ilegal aplikasi *streaming* Netflix di kalangan mahasiswa FISIP Unsoed. Penelitian ini menggunakan metode penelitian



kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara. Informan dipilih dengan menggunakan metode snow ball. Teori yang digunakan untuk menganalisis fenomena pengguna akun *sharing* aplikasi Netflix adalah teori interaksionisme simbolik dari Mead. Teori interaksionisme simbolik merupakan pendekatan sosiologis yang berfokus pada bagaimana individu menciptakan makna melalui interaksi sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial dan lingkungan sosial terdekat seperti keluarga dan teman sebaya memiliki peran penting pada pembentukan pola konsumsi digital mahasiswa, termasuk dalam memperkenalkan dan menyebarluaskan penggunaan akun *sharing* aplikasi Netflix. Pengalaman mahasiswa menggunakan akun *sharing* aplikasi Netflix menunjukkan sebuah konsumsi digital yang tidak resmi memiliki struktur sosial dan logika perilaku yang kompleks. Fenomena penggunaan akun *sharing* aplikasi Netflix di kalangan mahasiswa menunjukkan bahwa norma kolektif dan logika sosial lebih dominan membentuk persepsi tindakan.

Kata kunci: Akun *sharing*, Netflix, Mahasiswa, Interaksionisme simbolik

Pendahuluan

Perkembangan teknologi menyebabkan meningkatnya permintaan dan keragaman konten digital. Salah satu perkembangan teknologi yang saat ini populer digunakan adalah *Over-The-Top*. *Over-The-Top* merupakan layanan yang menyediakan konten digital seperti film, musik, dan video yang dapat diakses langsung melalui internet tanpa menggunakan layanan televisi kabel. Layanan *Over-The-Top* sebagai penyedia konten yang memanfaatkan koneksi internet, memberikan kemudahan untuk mengakses dan menikmati konten multimedia, seperti film dan musik digital (Diza, 2022). Adanya layanan *Over-The-Top* telah mendorong berkembangnya berbagai aplikasi *streaming* berlangganan. Layanan *Over-The-Top* menawarkan bentuk hiburan yang lebih baru melalui berbagai aplikasi *streaming* (Menon 2022). Aplikasi *streaming* berlangganan ini menawarkan konten hiburan mulai dari film, serial, dan musik. Digitalisasi telah mengubah pola interaksi dan cara masyarakat mengakses layanan, termasuk layanan hiburan berbasis internet (Posumah et al., 2024). Kemudahan mengakses aplikasi *streaming* menyebabkan terjadinya perubahan perilaku konsumsi hiburan masyarakat. Aplikasi *streaming*

menjadi alternatif hiburan bagi masyarakat yang dapat dinikmati dari rumah melalui perangkat digital (Wijaya et al., 2022).

Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia di tahun 2024 menunjukkan bahwa video merupakan konten hiburan yang paling banyak disukai masyarakat Indonesia. Berdasarkan data APJII (2024) 7,6% dari 8,7 ribu responden yang disurvei menjadikan menonton video melalui internet sebagai hiburan yang paling sering dilakukan. Di Indonesia terdapat dua belas aplikasi *streaming* video yang diizinkan, yaitu Netflix, Disney+, YouTube, Viu, Vidio, We TV, HBO Go, Iflix, iQIYI, Goplay, Mola TV, dan Prime Video (Susanti & Shaliha, 2025). Di antara aplikasi tersebut Netflix menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan oleh generasi Z. Hasil survei yang dilakukan oleh IDN Research Institute (2024) aplikasi Netflix menjadi pilihan utama generasi Z sebagai aplikasi *streaming* video, pada kelompok usia 16-20 tahun 57% responden memilih Netflix, jauh lebih tinggi dibandingkan Disney+ dengan 15% dan Viu dengan 9%. Pada usia 21-26 tahun Netflix tetao menempati posisi pertama dengan 46%, diikuti dengan Disney+ 23%, dan Viu 10%.

Aplikasi *streaming* video berlangganan seperti



Netflix menerapkan model bisnis yang mengharuskan pengguna membayar biaya berlangganan untuk mengakses konten. Aplikasi *streaming* video berbasis langganan pada kenyataannya menimbulkan berbagai praktik ilegal dalam konsumsi konten digital di masyarakat. Industri layanan *streaming* video mengalami peningkatan dalam replikasi dan distribusi konten digital secara ilegal, didorong oleh praktik-praktik seperti berbagi akun (akun *sharing*) yang merajalela (Son et al., 2024). Fenomena ini menunjukkan kecenderungan pada generasi z, sebagai salah satu pengguna paling aktif aplikasi *streaming* video. Berdasarkan laporan eMarketer yang ditulis oleh Lebow (2024) generasi z menunjukkan persentase tertinggi dengan 55% pengguna akun *sharing* aplikasi *streaming*, sedangkan generasi milenial mencatat angka yang lebih rendah, yaitu 37%.

Undang-Undang Hak Cipta dan Undang-Undang ITE. Pasal 25 Undang-Undang ITE menjelaskan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang disusun menjadi karya intelektual, situs internet, dan karya intelektual yang ada di dalamnya dilindungi sebagai Hak Kekayaan Intelektual berdasarkan ketentuan Peraturan Perundang-undangan. Hak Kekayaan Intelektual juga dapat dikatakan sebagai Hak Cipta. Pasal 9 ayat 3 Undang-Undang Hak Cipta menjelaskan bahwa Setiap Orang yang tanpa izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta dilarang melakukan Penggandaan dan/atau Penggunaan Secara Komersial Ciptaan. Berita yang dilansir dari kompas.com Pertiwi & Nistantu (2020) menyebutkan banyak akun yang menjual akun berlangganan layanan premium Netflix di media sosial dan situs belanja online, berdasarkan wawancara dengan perwakilan Google Indonesia praktik tersebut termasuk tindakan ilegal.

Akun premium untuk layanan *streaming* video marak diperjual-belikan oleh penjual nonresmi dengan harga layanan yang lebih murah

dibandingkan harga resminya dilansir dari kompas.com Pertiwi & Yusuf (2020). Harga layanan yang lebih murah ini karena penjual melakukan pelanggaran dari ketentuan berlangganan yang telah ditetapkan oleh aplikasi *streaming*. Akun Netflix yang dijual lebih murah dari harga resmi marak di media sosial, hal ini dapat terjadi karena penjual memperoleh akun tersebut dengan cara-cara yang melanggar ketentuan yang berlaku di Netflix (Cahyani et al., 2023). Penggunaan akun premium tidak resmi ini dipilih karena harga yang ditawarkan lebih murah. Hal ini membuat masyarakat lebih memilih untuk membeli akun premium dari penjual nonresmi. Praktik jual beli akun *sharing* aplikasi *streaming* dari penjual nonresmi menunjukkan ada ketidaksesuaian, dari yang diharapkan oleh perusahaan layanan *streaming* dengan kenyataan yang terjadi di masyarakat. Menurut Rahmad and Hadi (2022) aplikasi berbasis langganan pada kenyataannya tidak berjalan dengan baik, dilihat dari adanya tindakan tidak resmi yang dilakukan pihak lain.

Pada aplikasi *e-commerce* terdapat beberapa akun yang menjual akun *sharing* dari aplikasi Netflix. Akun *sharing* aplikasi *streaming* diperjual-belikan dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga resminya di *e-commerce*. Fenomena akun *sharing* tidak resmi dapat dijelaskan melalui pendekatan interaksionisme, yang melihat bagaimana suatu tindakan terbentuk melalui proses interaksi dan internalisasi. Praktik akun *sharing* marak terjadi karena rendahnya kesadaran masyarakat Indonesia terhadap hak cipta. Selain itu, tidak adanya tindakan hukum yang tegas dari pelanggaran hak cipta juga menciptakan bahwa pelanggaran hak cipta adalah hal yang biasa. Menurut (Nandiansyah et al., 2022) kesadaran masyarakat Indonesia terhadap hak cipta tergolong rendah, serta tidak adanya tindakan terhadap pembajakan digital, menimbulkan sikap bahwa pelanggaran merupakan hal yang biasa.



Pembajakan digital dianggap sebagai tindakan yang tidak berbahaya terutama ketika dilakukan untuk kebutuhan pribadi. Praktik akun *sharing* tidak resmi yang marak terjadi di masyarakat juga membuat penggunaan akun *sharing* dari penjual nonresmi dapat diterima. Internalisasi di dalam pengalaman kita akan percakapan-percakapan gestur eksternal yang kita lakukan bersama individu-individu lain di dalam proses sosial adalah esensi tindakan berpikir (Mead, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan akun *sharing* aplikasi Netflix dari penjual nonresmi merupakan hasil internalisasi. Melalui interaksi sosial sehari-hari, individu belajar bahwa penggunaan akun *sharing* aplikasi Netflix dari penjual nonresmi sebagai tindakan yang umum dilakukan.

Praktik tidak resmi dalam menikmati konten video dengan membeli akun *sharing* aplikasi Netflix dari penjual nonresmi termasuk baru. Hal ini dikarenakan aplikasi *streaming* baru ada beberapa tahun belakangan ini. Praktik tidak resmi dalam menikmati konten video yang sering dilakukan biasanya dengan melakukan *streaming* di situs *streaming* ilegal. Pertumbuhan layanan *streaming* online telah menyebabkan mayoritas penduduk Indonesia lebih memilih mengakses konten melalui situs ilegal (Mahakerty et al., 2023). Pembajakan di dunia film membuat masyarakat Indonesia yang lebih memilih untuk mengunduh atau *streaming* dari situs ilegal (Sitepu, 2022). Praktik tidak resmi ini juga terjadi di kalangan mahasiswa. Mahasiswa yang termasuk generasi Z juga tidak luput dari praktik ilegal dalam mengakses konten video.

Mahasiswa di Kota Batam sudah banyak melakukan kegiatan *Ilegal Movie Streaming* (Ellysinta et al., 2020). Mahasiswa ITS memilih situs ilegal *streaming* untuk mengakses konten video (Mahakerty et al., 2023). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa juga menjadi bagian dari terjadinya praktik tidak resmi dalam mengakses konten video. Praktik-praktik tidak

resmi yang marak terjadi di masyarakat terutama dalam mengakses konten video, membuat penelitian mengenai fenomena ini menjadi menarik. Sebagai perbandingan, terdapat beberapa penelitian dengan topik yang sama, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Mahakerty et al. tahun 2023 dengan judul “Analisis Faktor Penggunaan Layanan Situs Ilegal *Streaming* Oleh Mahasiswa ITS dan Hubungan dengan UU ITE” fokus penelitian ini adalah penggunaan situs *streaming* ilegal dan kaitannya dengan Undang-Undang ITE di kalangan Mahasiswa ITS. Selanjutnya penelitian yang dilakukan Ellysinta et al. tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Ilegal Movie *Streaming* Terhadap Popularitas Film Bagi Mahasiswa” penelitian ini berfokus untuk melihat pengaruh antara Ilegal Movie *Streaming* terhadap popularitas di kalangan mahasiswa di Kota Batam. Selain itu, terdapat penelitian yang dilakukan Ashfahani et al. tahun 2023 dengan judul “Perubahan Gaya Hidup Pengguna Netflix (Studi Pada Mahasiswa FIKOM Universitas Indonesia Maju)” penelitian ini berfokus untuk mengetahui perubahan gaya hidup pengguna Netflix di kalangan mahasiswa FIKOM Universitas Indonesia Maju. Dari penelitian terdahulu belum ada yang membahas mengenai penggunaan akun *sharing* aplikasi Netflix dari penjual nonresmi. Penelitian yang dilakukan Mahakerty et al. (2023) dan Ellysinta et al. (2020) berfokus pada situs *streaming* ilegal dan tidak pada akun *sharing* dari penjual nonresmi, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ashfahani et al. (2023) berfokus pada penggunaan layanan *streaming* legal.

Namun, hingga saat ini belum ada kajian yang secara spesifik membahas mengenai persepsi mahasiswa terhadap praktik akun *sharing* aplikasi Netflix dari penjual nonresmi, yang menjadi fenomena sosial baru dalam ekonomi digital. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melengkapi kekurangan studi-studi terdahulu yang tidak meneliti mengenai akun



sharing aplikasi Netflix dari penjual nonresmi dengan fokus pada memahami persepsi pengguna akun *sharing* aplikasi *streaming* Netflix di kalangan mahasiswa FISIP Unsoed. Mahasiswa FISIP Unsoed dipilih karena merupakan bagian dari generasi Z yang memiliki intensitas tinggi dalam mengakses layanan digital, sehingga berpotensi menjadi pengguna akun *sharing* aplikasi *streaming* Netflix dari penjual nonresmi.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Menurut Sudaryono (2021) Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis kehidupan sosial dengan menggambarkan dunia sosial, dari sudut pandang atau interpretasi individu dalam latar alamiah. Penelitian kualitatif bertujuan memahami suatu fenomena yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain – lain, dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa (Hadi et al., 2021). Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif karena bertujuan untuk menganalisis persepsi individu terhadap akun *sharing* aplikasi Netflix yang didapat dari penjual nonresmi dan dijelaskan dalam bentuk kata-kata. Menurut Schutz dalam Farid et al. (2018) fenomenologi adalah cara memahami suatu hal dengan melihat pengalaman langsung individu terhadap dunia sosial dan berbagai peristiwa yang terjadi di dalamnya. Pendekatan fenomenologi bertujuan untuk memahami persepsi atau sudut pandangan individu.

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jenderal Soedirman. Sasaran pada penelitian ini adalah mahasiswa FISIP Unsoed yang menggunakan atau pernah menggunakan akun *sharing* aplikasi Netflix yang didapat dari penjual nonresmi. Teknik penentuan informan pada penelitian ini menggunakan teknik *snow ball*.

Snow ball merupakan metode penentuan informan yang dalam hal ini informan yang berhasil diperoleh diminta untuk menunjukkan informan-informan lainnya secara berantai (Sudaryono, 2021). Peneliti menentukan informan pertama kemudian meminta informan pertama untuk merekomendasikan atau merujuk informan lain yang relevan dengan penelitian.

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer pada penelitian ini adalah hasil wawancara dengan informan. Data sekunder pada penelitian ini bersumber dari jurnal ilmiah dan buku. Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sebagai teknik uji keabsahan data. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan dengan berbagai cara dan berbagai waktu (Sudaryono, 2021). Triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

Hasil dan Pembahasan

Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Penggunaan Akun *Sharing* Aplikasi Netflix dari Penjual Nonresmi

Kelompok sosial dan masyarakat lebih besar memengaruhi cara individu memahami dunia di sekitar mereka serta bagaimana mereka berinteraksi (Dewi PF, 2023). Masyarakat merupakan struktur simbolik yang hidup melalui tindakan bersama, tempat norma, nilai, dan makna sosial dibentuk serta dipertahankan melalui interaksi. Dalam konteks era digital, media sosial memiliki peran penting pada pembentukan pola konsumsi digital mahasiswa, termasuk dalam memperkenalkan dan menyebarluaskan penggunaan akun *sharing* aplikasi Netflix dari penjual nonresmi. Media sosial seperti X, Instagram, dan TikTok menjadi medium bagi mahasiswa mengetahui



adanya akun *sharing* aplikasi Netflix. Media sosial menjadi sarana untuk mengakses informasi dan mencari hiburan di kalangan mahasiswa (Maulina et al., 2022). Fenomena ini menunjukkan media sosial telah mengubah cara mahasiswa mengakses informasi mengenai praktik konsumsi digital.

“Awal mulanya tahu kalau misalkan ada akun sharing gitu dari Twitter, kan biasanya kan Twitter ada yang jual zona uang gitu nah itu kan biasanya jual akun sharing kayak canva, Netflix, dan segala macamnya itu, itu aku tahu dari situ sih, pengen beli kok murah banget daripada yang ada di aplikasinya langsung yang biasanya ditawarkan kan itu tuh yang sharing murah banget makannya aku tertarik buat beli.” (Informan 3, 18 Juni 2025)

Penjualan akun *sharing* aplikasi Netflix dari penjual nonresmi marak terjadi di media sosial. Aplikasi Netflix kini digandrungi dan dimanfaatkan sebagai lahan bisnis dengan memperjualbelikan akun *premium sharing* melalui media sosial seperti Twitter/X, di luar situs resmi Netflix (Suandi et al., 2022). Media sosial telah menjadi saluran utama dalam memperluas jangkauan praktik akun *sharing* aplikasi Netflix dari penjual nonresmi.

Pada konteks interaksionisme simbolik, media sosial dapat dilihat sebagai ruang simbolik tempat berlangsungnya proses interaksi dan interpretasi sosial. Tindakan manusia dipahami sebagai hasil dari kemampuan berpikir yang dipengaruhi oleh simbol-simbol signifikan, sehingga setiap tindakan merupakan hasil interpretasi terhadap situasi sosial. Individu memiliki kemampuan untuk mengarahkan tindakannya karena internalisasi dari proses komunikasi (Mead, 2018).

“Awalnya tuh dari ini sosial media Instagram, jadi kan dulu zaman-zamannya covid eee zaman-zamanya covid, pokoknya ini tahu dari ini sih influencer gitu mereka kan posting pp

endorse gitu terus ada tuh akun sharing karena aku juga sebelumnya nggak tahu kalau misalnya akun tuh bisa disharing gitu, terus ternyata akun sharing tuh murah jadi beli gitu.” (Informan 2, 14 Juni 2025)

Media sosial, sebagai ruang publik digital menjadi arena pertukaran simbol dan makna. Media sosial dalam konteks interaksionisme simbolik dapat dipahami sebagai ruang simbolik yang menjadikan suatu tindakan dibentuk secara kolektif melalui proses interaksi dan komunikasi. Iklan mengenai akun *sharing* dan *endorsement* akun *sharing* yang dilakukan oleh *influencer* marak terjadi di media sosial, sehingga membentuk pemahaman bersama bahwa penggunaan akun *sharing* merupakan sesuatu yang dapat diterima secara sosial. Jejaring sosial khususnya media sosial menyediakan ruang di mana praktik akun *sharing* dipelajari dan dinormalisasi, dengan cara saling berbagi informasi (Koay et al., 2020). Selain media sosial, lingkungan sosial terdekat seperti keluarga atau teman sebaya juga memiliki peran dalam memperkenalkan dan menormalisasi penggunaan akun *sharing* Netflix dari penjual nonresmi.

Interaksi interpersonal yang berlangsung dalam ruang relasional memiliki pengaruh dalam membentuk pemahaman terhadap suatu tindakan, dilihat pada konteks interaksionisme simbolik. Pemahaman mengenai suatu tindakan berkembang melalui proses interaksi sosial yang terjadi dalam konteks hubungan keluarga ataupun masyarakat (Rahma et al., 2024).

“kalau tahu ini tuh pertama dari kakakku sendiri ya karena kakakku juga emang suka banget gitu drakoran atau dengerin musik gitu kan..., nah udah tuh dia beli Spotify gitu di Twitter di akun-akun sharing yang kayak gitu karena lebih murah kan..., nah habis itu mulai juga ke Netflix gitu buat nonton kayak kita juga suka drakoran suka nonton film gitu, nah aku juga jadi ikut jadi penggunanya.” (Informan 5,



20 Juni 2025)

Keluarga menjadi *significant other* dalam proses internalisasi. Semakin individu merasa bahwa orang di sekitarnya menyetujui atau melakukan pembajakan digital, maka semakin tinggi niatnya untuk ikut melakukan hal yang sama (Sunardi & Hartono, 2024). Jika mahasiswa melihat orang disekitarnya menggunakan akun *sharing* aplikasi Netflix dari penjual nonresmi, maka akan muncul pemikiran untuk melakukan tindakan yang sama seperti yang dilakukan oleh orang-orang disekitarnya.

Pengalaman Penggunaan Akun *Sharing* Aplikasi Netflix dari Penjual Nonresmi

Pengalaman mahasiswa yang menggunakan akun *sharing* aplikasi Netflix dari penjual nonresmi menunjukkan rangkaian praktik sosial yang mencakup proses seleksi penjual, pengambilan keputusan pembelian, dan pemanfaatan aplikasi Netflix sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan emosional dan sosial. Media sosial terutama Twitter/X yang menjadi media informasi mengenai akun *sharing* juga menjadi media untuk memperjualbelikan akun *sharing* aplikasi Netflix.

“Mungkin pertama-tama si aku cari pencarian di Twitter dulu, aplikasi jual aps premium, nah itu kan nanti muncul beberapa penjual yang menjual aplikasi-aplikasi premium seperti Netflix maupun yang lainnya, nah aku tuh cari dulu yang paling murah dan paling banyak proofnya karena takutnya nanti penjualnya bisa kabur atau gimana pas aku gunain aplikasinya itu pas ke banned gitu.”

(Informan 1, 14 Juni 2025)

Akun *sharing* aplikasi Netflix memang memiliki kekurangan, yaitu pengguna akun *sharing* dapat mengalami *banned*, sehingga pengguna tidak dapat mengakses aplikasi Netflix. Kondisi ini dapat terjadi ketika *profile*

aplikasi Netflix diakses oleh *device* yang melebihi ketentuan dari aplikasi Netflix. Selain pembelian akun *sharing* aplikasi Netflix melalui media sosial, akun *sharing* juga diperjualbelikan di *e-commerce* seperti Shopee. *“Aku pernah nyoba beli di Shopee tapi scam gitu, kayak aku kan beli sebulan apa ya tapi baru seminggu tuh udah ngga bisa masuk terus aku ngechat ngga dibales gitu kayak intinya ngga sesuai dengan durasi yang meraka janjiin.”* (Informan 4, 19 Juni 2025)

Selain permasalahan akun yang diblokir, terdapat permasalahan lain dari penggunaan akun *sharing*, yaitu penipuan yang dilakukan oleh penjual. Akun *sharing* yang diberikan oleh penjual kepada pembeli rentan mengalami penipuan karena pembeli hanya menerima akun dari penjual. Pembeli akan sulit menuntut haknya karena akun *sharing* termasuk praktik yang melanggar hukum, sehingga layanan aplikasi yang diperjual belikan ilegal (Achya et al., 2023).

Penggunaan akun *sharing* aplikasi Netflix menunjukkan meskipun produk yang tidak resmi, tetapi logika konsumsi tetap mengikuti prinsip rasionalitas sosial. Tindakan pembelian merupakan hasil interpretasi terhadap simbol-simbol sosial seperti pertimbangan harga dan testimoni dari pembeli lain yang sudah terlebih dahulu membeli akun *sharing* aplikasi Netflix.

“... aku tweet dulu apa yang aku mau misalnya akun Netflix, Netflix satu hari buat satu user misalnya kayak gitu pakai hastag zona uang habis itu diupload nanti ngga lama setelah aku upload itu tuh bakal ada yang komen gitu di postingan aku yang istilahnya yang nawarin... aku ngga langsung beli sih viasanya aku cek dulu akunnya dia biasanya di akunnya dia tuh udah ada testimoni gitu dari beberapa pelanggan sebelumnya...”

(Informan 2, 14 Juni 2025)



Mahasiswa yang melakukan pengecekan sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian akun *sharing* aplikasi Netflix menunjukkan bahwa kepercayaan dibangun secara sosial bukan secara legal formal. Norma kolektif dibangun dari adanya interaksi antara pengguna dengan simbol-simbol sosial yang ada di media sosial seperti adanya *testimoni*. Lebih luas lagi, meskipun terdapat risiko dari penggunaan akun *sharing* aplikasi Netflix dari penjual nonresmi, mahasiswa tetap memilih untuk menggunakan akun *sharing* Netflix sebagai sarana hiburan dan pelepas stres tetap lebih dominan dibandingkan persepsi risiko yang ada.

“... aku kalau nonton tuh kalau lagi ini aja sih kak kayak pulang kuliah gitu aku juga sering kayak capek gitu pengen nonton sesuatu yang relate gitu sama hal-hal yang lagi aku capekin, cuma aku juga sering gitu kalau lagi ngumpul sama temen-temen lagi ngumpul di kos temen gitu aku juga suka nonton film kayak di segala kondisi.” (Informan 5, 20 Juni 2025)

Netflix digunakan sebagai sarana pelepasan atau pelarian. Mahasiswa menonton di aplikasi Netflix untuk mengurangi stres akademik dan tekanan kehidupan sehari-hari (Fajriyah et al., 2025). Netflix telah menjadi bagian dari gaya hidup mahasiswa dalam menghadapi tekanan akademik ataupun mengikuti tren sosial. Gaya hidup digital memainkan peran penting, pola hidup yang terhubung secara online memberikan fleksibilitas bagi penonton untuk menonton konten favorit mereka kapan pun dan di mana pun, menjadikan Netflix sebagai bagian dari gaya hidup (Zamroni & Istikomah, 2024).

“kalau buat nonton sendiri itu kan sekarang kan ada banyak ott apa sih yang kalau bahasa lainnya, platform. Platform film itu kan ngga cuma Netflix ya kayak ada Netflix, Disney plus terus HBO GO gitu, nah Netflix sendiri kan

salah satunya dan termasuk yang paling lengkao menurutku dan itu menurutku sih bisa dibilang sebagai kebutuhan sih soalnya karena film-film yang bagus tuh biasanya sekarang semuanya di ott...” (Informan 4, 19 Juni 2025) Netflix menjadi media untuk menunjang keterlibatan dalam percakapan sosial, seperti diskusi film terbaru atau tren sosial yang populer. Pengalaman mahasiswa menggunakan akun *sharing* aplikasi Netflix menunjukkan sebuah konsumsi digital yang tidak resmi memiliki struktur sosial dan logika perilaku yang kompleks, melalui interaksi dan proses internalisasi simbol-simbol.

Persepsi Penerimaan Sosial Penggunaan Akun *Sharing* Netflix dari Penjual Nonresmi

Persepsi diartikan sebagai proses pemahaman atau pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus yang diperoleh dari penginderaan objek, peristiwa, atau hubungan antargejala dan kemudian di proses di otak individu (Rofiah, 2023). Persepsi dalam pendekatan fenomenologi memungkinkan individu memahami dan memberi makna pada dunianya. Pada pandangan individu pengetahuan berasal dari pengalaman sadar dan makna muncul melalui hasil interaksi antara subjek dengan fenomena yang ditemuinya (Nasir et al., 2023). Pada praktik akun *sharing* Netflix dari penjual nonresmi, persepsi tidak hanya mencerminkan karakteristik objektif dari praktik tersebut. Persepsi juga menunjukkan struktur makna yang dikonstruksi melalui pengalaman hidup mahasiswa.

“Sering ngobrol sama temen ku, aku ngobrol tentang akun sharing ini buat beritahu dia, karena dia suka nonton film juga, jadi aku bisa rekomendasiin ke dia, ini ni ada akun streaming yang murah, kali aja kamu niat. Respon mereka si biasa aja, mungkin ada ketertarikan untuk membeli akun sharing karena murah juga.” (Informan 1, 14 Juni 2025)



Mahasiswa membentuk persepsi bahwa akun *sharing* Netflix dari penjual nonresmi sebagai sesuatu yang wajar dan hemat, bukan sebagai tindakan yang menyimpang. Menurut Becker dalam Muyani (2018) perilaku menyimpang sesungguhnya tidak ada, setiap tindakan sebenarnya bersifat relatif artinya tindakan itu relatif tergantung pada sudut pandang orang yang menilainya. Mahasiswa yang melihat bahwa penggunaan akun *sharing* aplikasi Netflix banyak digunakan, maka terbentuk pemahaman bahwa tindakan tersebut wajar dilakukan.

Hal ini membuka ruang untuk melihat lebih jauh bagaimana dimensi penerimaan sosial berperan dalam membentuk persepsi mahasiswa terhadap praktik akun *sharing* Netflix dari penjual nonresmi.

“Pas nonton sama temen-temen, nah kadang ada yang nanyain, ini kamu akun Netflixnya beli sendiri atau gimana nah dari situ baru aku jelasin dan ceritain aku pake akun sharing, belinya di mana harganya berapa. Sepengalaman aku, cerita-cerita ke temen aku soal itu, mereka responnya ngga ada yang ngga setuju kayak yang oke-oke aja, bahkan bilang lebih murah ya.”

(Informan 2, 14 Juni 2025)

Penerimaan sosial dapat dipahami sebagai kondisi ketika individu memperoleh tanggapan positif dari orang lain dalam interaksi kelompok, yang ditandai dengan penerimaan secara baik oleh lingkungan sosialnya (Yulinar, 2022). Pada praktik akun *sharing* Netflix dari penjual nonresmi dimensi penerimaan sosial memiliki peran penting dalam membentuk persepsi mahasiswa. Ketika praktik akun *sharing* Netflix dari penjual nonresmi digunakan secara luas di lingkungan pertemanan, diperbincangkan dalam interaksi sosial informal, dan direkomendasikan satu sama lain, praktik tersebut mengalami proses normalisasi sosial, sehingga dipersepsikan

bukan sebagai tindakan menyimpang, melainkan sebagai bagian dari pola konsumsi digital yang umum dilakukan.

Interaksionisme simbolik dapat digunakan untuk memahami bagaimana mahasiswa membangun persepsi mengenai praktik akun *sharing* Netflix dari penjual nonresmi. Interaksionisme simbolik ada karena ide-ide dasar dalam membentuk makna berasal dari pikiran (*mind*), diri (*self*), dan hubungannya di tengah interaksi sosial yang bertujuan untuk memediasi, serta menginterpretasi makna di tengah masyarakat (*society*) (Effendi et al., 2024). Pada konteks praktik akun *sharing* Netflix dari penjual nonresmi, pikiran (*mind*) mahasiswa dibentuk melalui interaksi dengan simbol-simbol dalam lingkungan digital dan sosial.

“Kalau misalnya lagi sama temen-temen nih, mau nonton bareng, ih lo pake Netflix lo beli di mana, oh lo sama-sama beli di twitter ya, kayak oh ternyata semua orang make gitu, kita kadang juga sharing-sharing beli di mana, kadang ada penjual yang akunnya trouble (bermasalah) terus, kita jadi sharing beli di mana yang akunnya aman.”

(Informan 5, 20 Juni 2025)

Interaksi seperti bertanya tempat membeli akun, menyebut “akun aman” dan “harga murah” menjadi simbol yang menunjukkan pemaknaan kolektif. Bahasa sehari-hari ini menjadi media yang menginternalisasi bahwa akun *sharing* Netflix dari penjual nonresmi mendapat penerimaan sosial. Interaksi-interaksi informal ini yang membuat terjadinya proses normalisasi. Penerimaan sosial berkaitan dengan konsep intersubjektif yang dikembangkan oleh Schutz. Makna intersubjektif dijabarkan oleh Schutz berawal dari hubungan antara dua orang atau lebih serta dari konsep tindakan yang membentuk makna subjektif, yang tidak hanya berada dalam ranah



privat individu, melainkan dimaknai secara bersama dengan individu lain (Farid et al., 2018). Mahasiswa yang berinteraksi dengan lingkungan sosial mengenai praktik akun *sharing* Netflix dari penjual nonresmi tidak hanya sekadar bertukar informasi. Mahasiswa juga mengkonstruksi pemahaman bersama tentang penerimaan sosial terhadap praktik akun *sharing* Netflix dari penjual nonresmi.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa FISIP Unsoed mengenai penggunaan akun *sharing* aplikasi Netflix dari penjual nonresmi terbentuk melalui proses interaksi sosial yang intensif di media sosial dan dalam lingkungan sosial terdekat, yaitu keluarga dan teman sebaya. Tindakan penggunaan akun *sharing* aplikasi Netflix dari penjual nonresmi dalam teori interaksionisme simbolik merupakan hasil dari proses internalisasi simbol-simbol sosial. Pada lingkungan pertemanan, akun *sharing* bukan hanya digunakan, tetapi juga direkomendasikan, dibicarakan, dan dipertukarkan informasinya. Pikiran (*mind*), diri (*self*), dan masyarakat (*society*), bekerja secara simultan dalam menciptakan pemahaman bersama mengenai akun *sharing* Netflix dari penjual nonresmi sebagai perilaku yang dapat diterima. Selain itu, pengalaman langsung mahasiswa dalam menggunakan akun *sharing* aplikasi Netflix sebagai sarana hiburan dan pelepasan stres akademik memperlihatkan bahwa penggunaan aplikasi Netflix telah menjadi bagian dari gaya hidup digital yang terinternalisasi secara sosial.

Daftar Pustaka

Achya, S. H. F., Yuliana, Tri, I., & Pangesti, N. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Layanan Aplikasi Premium Yang Diperoleh Dari Pihak Ketiga. *Diponegoro Private Law Review*, 10(2), 198–222.

APJII. (2024). Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024. In *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. <https://survei.apjii.or.id/survei/group/9>

Cahyani, N. L. P. A., Budiarta, I. N. P., & Ujianti, N. M. P. (2023). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Jual Beli Akun Ilegal “Netflix” melalui Media Internet. *Jurnal Preferensi Hukum*, 5(1), 111–117. <https://doi.org/10.22225/jph.5.1.8719.111-117>

Dewi PF, K. A. (2023). *Teori Sosiologi Modern*. CV. Literasi Nusantara Abadi.

Diza, N. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Karya Cipta Pada Layanan Over The Top (OTT). *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 1(1). <https://doi.org/10.21143/telj.vol1.no1.1003>

Effendi, E., Fadila, F., Sitorus, K. T., Pratama, T., & Hsb, W. A. (2024). Interaksionisme Simbolik dan Praktis. *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(3), 1088–1095. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i3.514>

Ellysinta, V., Vernando, W., Kurniawan, K., & Unifer. (2020). Pengaruh Illegal Movie Streaming Terhadap Popularitas Film Bagi Mahasiswa. *Jurnal Teknologi Informasi*, 6(1), 35–42. <https://doi.org/10.52643/jti.v6i1.859>

Fajriyah, N., Zaenuri, R. Z., & Lubis, R. F. (2025). Pengaruh Penggunaan Platform Digital Netflix Terhadap Minat Menonton Film Indonesia Pada Mahasiswa Swins. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 29(2), 39–47. <https://doi.org/https://doi.org/10.37817/ikon.v29i1>

Farid, M., Adib, H. M., Setyowati, R. N.,



- Siahaan, S., Jatiningsih, O., Rusmanto, J., & Muwaffiqillah, M. (2018). *Fenomenologi Dalam Penelitian Ilmu Sosial* (M. Farid & H. M. Adib (eds.)). KENCANA.
- Hadi, A., Asrori, & Rusman. (2021). *Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi*. Pena Persada.
- IDN Research Institute. (2024). Indonesia Gen Z Report 2024. In *IDN Research Institute*. <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-gen-z-report-2024.pdf>
- Koay, K. Y., Tjiptono, F., & Sandhu, M. S. (2020). Digital Piracy among Consumers in a Developing Economy: A Comparison Multiple Theory-Based Models. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55(4). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102075>
- Lebow, S. (2024). *More than half of adult Gen Zers are password-sharers*. EMarketer.
- Mahakerty, D. K., Tanti, A. T., Fitriyah, S., Angeline, D., & Handariyanti, K. (2023). Analisis Faktor Penggunaan Layanan Situs Ilegal Streaming Oleh Mahasiswa ITS Dan Hubungannya Dengan UU ITE. *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(10), 844–853. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v3i10.947>
- Maulina, E., Safitri, S., Rahma, M. D., Bagaskara, M. F., Sari, E. P., Rahim, B., & Periantolo, J. (2022). Pengaruh Media Sosial terhadap Gaya Hidup Mahasiswa FKIK Universitas Jambi. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 4(2). <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i2.1715>
- Mead, G. H. (2018). *Mind, Self & Society*. FORUM.
- Muyani, R. (2018). *Perilaku Menyimpang*. Sentra Edukasi Media.
- Nandiansyah, A., Raihana, R., & Berlian, C. (2022). Kesadaran Hukum Perlindungan Hak Cipta Bagi Pengguna Karya Cipta Sinematografi Pada Media Internet. *SEIKAT: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Hukum*, 1(2), 77–87. <https://doi.org/10.55681/seikat.v1i2.235>
- Nasir, A., Nurjana, Shah, K., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Pendekatan Fenomenologi dalam Penelitian Kualitatif. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 4445–4451. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v3i5>
- Pertiwi, W. K., & Nistantu, R. K. (2020). *Marak Jual Beli Akun Netflix, Spotify, dan Youtube Premium di Indonesia, Legalkah?* KOMPAS.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2020/06/26/13440677/marak-jual-beli-akun-netflix-spotify-dan-youtube-premium-di-indonesia-legalkah?page=all>
- Pertiwi, W. K., & Yusuf, O. (2020). *Bahaya di Balik Akun Netflix dan Spotify dari Penjual Tak Resmi*. KOMPAS.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2020/06/26/18200077/bahaya-di-balik-akun-netflix-dan-spotify-dari-penjual-tak-resmi>
- Posumah, J., Syarifuddin, D., Lasut, M., Tuerah, P. R., Riantung, A., & Mesra, R. (2024). Strategi Masyarakat Pemilik Usaha Warung dalam Menghadapi Tantangan Digitalisasi (Shopee, Lazada, Bukalapak, dan lainnya) di Taratara. *JURNAL PARADIGMA: Journal of Sociology Research and Education*, 5(1), 252–262. <https://doi.org/10.53682/jpjsre.v5i1.9849>
- Rahma, R. M., Kurnia, A., Ramdhani, A. N., &



- Listyani, R. H. (2024). Kajian Interaksionisme Simbolik terhadap Pengakuan Non-Binary Mahasiswa Universitas Hasanuddin dalam Media Sosial Twitter. *JSSH (Jurnal Sains Sosial Dan Humaniora)*, 8(1), 65–72. <https://doi.org/10.30595/jssh.v8i1.15574>
- Rahmad, D. A., & Hadi, H. (2022). *Perlindungan Hak Cipta Pencipta Lagu terhadap Pembajakan dalam Bentuk Modifikasi Aplikasi Spotify*. 10, 311–321.
- Rofiah, C. (2023). *Metode Penelitian Fenomenologi Konsep Dasar, Sejarah, Paradigma, dan Desain Penelitian* (Z. R. Bahar (ed.)). PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Sitepu, R. I. (2022). Pertanggungjawaban Pidana Terhadap Pelanggaran Hak Cipta Sinematografi Di Aplikasi Telegram. *Jurnal Rechten : Riset Hukum Dan Hak Asasi Manusia*, 4(1), 27–35. <https://doi.org/10.52005/rechten.v4i1.92>
- Suandi, V. A., Jaelani, E., & Kholid, M. (2022). Legalitas Penjualan Akun Netflix Premium Melalui Black Market. *Varia Hukum: Jurnal Forum Studi Hukum Dan Kemasyarakatan*, 4(1), 11–20. <https://doi.org/10.15575/vh.v4i1.26703>
- Sudaryono. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. Rajawali Pers.
- Sunardi, D. I., & Hartono, A. (2024). Analysis The Impact Of Religiosity On The Intention To Pirate Digital Products In Indonesia. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 2279–2292. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/in dexDOI:https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i2>
- Susanti, Y., & Shaliha, N. (2025). Pengaruh kualitas layanan dan Kepuasan Berlangganan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aplikasi Netflix. *JEDBUS (Journal of Economic and Digital Business*, 2(1), 18–23. ejurnal.gunadarma.ac.id
- Wijaya, E., Rahmanto, A., Muhammad, A., Komunikasi, M. I., & Maret, U. S. (2022). Preferensi Media Para Millennial terhadap Televisi Konvensional (Free to Air) dan Layanan Video Berlangganan (Over The Top). *ANDHAPURA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 8(4), 447–465. <https://doi.org/doi.org/10.33633/andharup a.v8i04.6845>
- Yulinar, S. S. (2022). Pengaruh Self Image dan Penerimaan Sosial terhadap Kepercayaan Diri Remaja yang Mengunggah Foto Selfie di Media Sosial Instagram. *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA*, 6(1), 37–45. <https://doi.org/https://doi.org/10.37817/ikr aith-humaniora.v6i1>
- Zamroni, D. G., & Istikomah, K. (2024). Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup, dan Content Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Layanan Berlangganan Netflix di Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, 1(5), 61–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.69714/8b fwp318>

