

MILIK PERPUSTAKAAN
UNISMUH MAKASSAR

SKRIPSI

PREFERENSI KAUM MILENIAL TERHADAP APLIKASI DIGITAL
STREAMING (STUDI PADA *FOLLOWERS* MEDIA SOSIAL TWITTER
@DRAKORFESS_)



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

2022

SKRIPSI

**PREFERENSI KAUM MILENIAL TERHADAP APLIKASI DIGITAL
STREAMING (STUDI PADA *FOLLOWERS* MEDIA SOSIAL TWITTER
@DRAKORFESS_)**

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi dan Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun dan Diajukan Oleh:

AISYAH MILSYA MAGHFIRAH

Nomor Induk Mahasiswa : 10565 11020 18

Kepada

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

2022

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN AKHIR

Judul Skripsi : Preferensi Kaum Milenial Terhadap Aplikasi
Digital Streaming (Studi Pada *Followers* Media
Sosial Twitter @drakorfess_)

Nama Mahasiswa : Aisyah Milsya Maghfirah

Nomor Induk Mahasiswa : 10565 11020 18

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II

Syukri, S.Sos., M.Si

Dian Muhtadiah Hamna, S.IP., M.I.Kom

Mengetahui:

Dekan
Fisipol Unismuh Makassar

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Hj. Hiyani Malik, S.Sos., M.Si
NBM. 730 727

Syukri, S.Sos., M.Si
NBM. 923 568

HALAMAN PENERIMAAN TIM

Telah diterima oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 077/FSP/A.4-II/VIII/44/2022 sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana (S.I.Kom) dalam Program Studi Ilmu Komunikasi yang dilaksanakan di Makassar pada hari Rabu tanggal 31 bulan Agustus 2022.

TIM PENILAI

Ketua




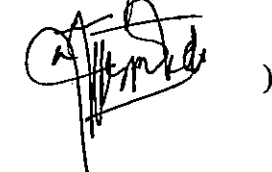
Sekretaris


Dr. Hj. Ihvani Malik, S.Sos., M.Si
NBM: 730 727


Andi Luhur Prianto, S.IP., M.Si
NBM: 992 797

PENGUJI:

1. Dr. Muhammad Yahya, M.Si
2. Syukri, S.Sos., M.Si
3. Wardah, S.Sos., MA
4. Ahmad Syarif, S.Sos., M.I.Kom

()
()
()
()

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Aisyah Milsya Maghfirah

Nomor Induk Mahasiswa : 105651102018

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa benar karya ilmiah ini adalah penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain dan bukan hasil plagiat dari sumber lain. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, Agustus 2022

Yang Menyatakan,



Aisyah Milsya Maghfirah

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT berkat segala rahmat dan karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Preferensi Kaum Milenial Terhadap Aplikasi Digital Streaming (Studi Pada *Followers* Media Sosial Twitter @Drakorfess_)”. Salam serta shalawat tercurah kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa ummat dari alam kegelapan menuju alam yang terang benderang.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena dalam proses penyelesaiannya tidak sedikit kesulitan dan hambatan dalam penyusunan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya doa, usaha, bimbingan dan juga arahan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, yang selalu memberikan dukungan, doa, materi, sehingga anaknya ini bisa memperoleh gelar S.I.Kom.
2. Bapak Syukri, S.Sos., M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi sekaligus pembimbing I dan Ibu Dian Muhtadiah Hamna, S.IP., M.I.Kom selaku pembimbing II yang senantiasa membimbing, mendidik, mendukung, dan memberi masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Indah Elza Putri, S.Sos., M.I.Kom selaku penasehat akademik penulis.
4. Admin akun twitter @drakorfess_ yang telah menerima dan memberikan informasi serta data selama proses penelitian hingga penyelesaian skripsi ini.

5. Teman-teman Lambe Turah dan Ilmu Komunikasi 2018 yang telah memberi dukungan, semangat, serta selalu bersedia mengantar penulis untuk penelitian dan bimbingan.
6. Teman-teman BLL yang sudah hadir, dan menjadi teman yang baik.
7. Keluarga besar Humanikom yang telah memberi informasi terkait penyelesaian skripsi.
8. Teman-teman seperjuangan di Sospol 2018
9. *The last but not the least*, Super Junior yang karya dan penampilannya selalu menghibur dan memberi semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberi manfaat bagi masyarakat. Penulis memohon maaf atas segala kekurangan dalam proses penulisan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan.

Makassar, Agustus 2022



Aisyah Milsya Maghfirah

ABSTRAK

Aisyah Milsya Maghfirah. Preferensi Kaum Milenial Terhadap Aplikasi Digital Streaming (Studi Pada *Followers* Media Sosial Twitter @Drakorfess_).
(Dibimbing oleh Syukri dan Dian Muhtadiah Hamna)

Subscription video-on-demand (SVOD) adalah layanan *streaming video* yang menawarkan cara menonton yang interaktif dan menggunakan algoritma untuk menyajikan katalog konten seperti film, serial dan dokumenter.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana preferensi *followers* media sosial twitter @drakorfess_ sebagai kaum milenial selama menggunakan aplikasi digital streaming yang mendorong mereka untuk terus. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi dengan jumlah informan 5 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Preferensi kaum milenial terhadap aplikasi digital streaming terbentuk karena adanya beberapa faktor yaitu kesadaran menonton secara legal, fleksibilitas dalam mengakses dan menggunakan aplikasi digital streaming, variasi tayangan dalam aplikasi digital streaming lebih beragam dibandingkan televisi. Penelitian ini juga menemukan keterikatan kaum milenial terhadap aplikasi digital streaming karena adanya nilai harapan terhadap aplikasi digital streaming dan gratifikasi atau tujuan yang mampu terpenuhi dengan menggunakan aplikasi tersebut.

Kata Kunci: aplikasi digital streaming, preferensi, kaum milenial.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN AKHIR	ii
HALAMAN PENERIMAAN TIM	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Konsep dan Teori	12
C. Kerangka Pikir	25
D. Fokus Penelitian	26
E. Deskripsi Fokus	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	27
B. Jenis dan Tipe Penelitian	27
C. Sumber Data	28
D. Informan	28
E. Teknik Pengumpulan Data	29
F. Teknik Analisis Data	30
G. Teknik Pengabsahan Data	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
A. Deskripsi Objek Penelitian	35
B. Hasil Penelitian	39

C. Pembahasan Hasil Penelitian	55
BAB V PENUTUP	69
A: Kesimpulan	69
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	73



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Data Informan Penelitian	28



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian	25
Gambar 4.1 Analisis Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Gambar 4.2 Peraturan Akun Twitter @drakorfess_	36
Gambar 4.3 Konten yang disajikan oleh admin akun @drakorfess_	38
Gambar 4.4 Aktivitas Penggunaan Aplikasi Digital Streaming Oleh Informan A	45
Gambar 4.5 Tampilan Penggunaan Aplikasi Digital Streaming Oleh Informan AR	46
Gambar 4.6 Topik Diskusi Seputar Aplikasi Digital Streaming di Akun Twitter @drakorfess	49
Gambar 4.7 Aktivitas Penggunaan Aplikasi Digital Streaming Oleh Informan I	51
Gambar 4.8 Aktivitas Penggunaan Aplikasi Digital Streaming Oleh Informan K	53
Gambar 4.9 Aktivitas Penggunaan Aplikasi Digital Streaming Oleh Informan W	68

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi merupakan salah satu ciri terpenting manusia sebagai entitas sosial dalam kehidupan manusia. Komunikasi selalu digunakan dan memegang peranan penting dalam setiap aspek kehidupan manusia. Manusia telah berkomunikasi dengan lingkungannya sejak lahir. Komunikasi yang dimaksud adalah proses dimana suatu pesan (ide atau gagasan) dikirim dari satu pihak ke pihak lain, sehingga menimbulkan interferensi timbal balik diantara keduanya. Paradigma Lasswell yang dikutip oleh (Effendy, 2009) menyatakan bahwa komunikasi mencakup lima unsur: komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek (Siregar, 2020).

Seiring berjalannya waktu, dunia komunikasi mengalami perkembangan yang sangat signifikan, terlebih di era digital seperti saat ini. Perkembangan ini ditandai dengan penggunaan media baru (*new media*) yang kian meningkat. Hal ini terjadi bukan hanya pada satu sektor saja, melainkan terjadi pada berbagai bidang seperti percetakan, fotografi, telekomunikasi, televisi, dan masih banyak lagi. Media baru (*new media*) itu sendiri merupakan perangkat teknologi komunikasi yang berhubungan dengan digitalisasi, memiliki ciri utama interkoneksi dan dapat diakses secara luas, sebagai pengirim dan penerima informasi interaktif, memiliki

karakteristik dapat diakses kapan saja dan dimana saja dengan internet sebagai bagian utama.

Secara teknis, media baru (*new media*) tersebut adalah media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Kategori media baru (*new media*) adalah portal, website (situs web, blog dan media sosial). Keberadaan media baru (*new media*) juga turut memberikan andil dalam mengubah kebiasaan manusia. Media baru, dalam hal ini internet sedikit banyak mempengaruhi pola komunikasi manusia.

Penggunaan internet itu sendiri di seluruh dunia, termasuk Indonesia, semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hingga November 2015, pengguna internet Indonesia mencapai 88,1 juta dari total populasi 255,8 juta. Menurut survei Statista, jumlah ini terus bertambah setiap tahun dan diperkirakan akan mencapai 133,5 juta pada tahun 2019 (Hasan, 2017). Sedangkan menurut Kantor Menteri Komunikasi dan Informatika jumlah pengguna internet telah mencapai 147 juta jiwa di tahun 2017. Angka ini menunjukkan terjadinya pelonjakan secara drastis lebih dari 20 juta pertahun sejak 2015 (Abdullah & Puspitasari, 2018).

Peningkatan jumlah pengguna internet ini tentunya membawa banyak perubahan dan inovasi baru, contohnya pada televisi. Kedigdayaan televisi yang mulanya menjadi media massa yang paling banyak digemari kini seolah diinterupsi oleh perkembangan internet. Perkembangan media baru (*new media*) yang juga meningkat pesat dari tahun ke tahun

menjadikan kehadiran internet sebagai salah satu pola perkembangan media konvensional.

Internet juga berhasil mengubah perilaku penonton dalam mengakses televisi. Dimana sebelumnya penonton hanya menggunakan televisi tetap (*home tv*), sekarang siaran televisi kini dapat ditemukan hanya melalui *gadget*, *smartphone* atau laptop. Dari yang semula analog kini berubah menjadi digital. Akibatnya aktivitas menonton televisi pun dapat dilakukan dimana aja (Prabowo, 2012).

Hal ini juga menjadikan kebutuhan akan akses informasi yang cepat, tepat, akurat dan murah menjadi sinyal bagi industri pertelevisian khususnya Indonesia untuk terus berbenah dan mengikuti perkembangan zaman. Selain itu dengan munculnya fenomena baru dalam penggunaan media ini, banyak yang memprediksi bahwa televisi suatu saat akan ditinggalkan oleh penonton. Namun, televisi masih menjadi media konvensional di Indonesia yang masih tetap eksis melawan gempuran media baru dan banyak ahli pakar optimistis media televisi tidak akan mati total karena kelebihanannya (Haquu & Ersyad, 2020).

Tidak hanya pada dunia pertelevisian, inovasi lainnya datang dari penyedia layanan, termasuk banyaknya platform yang menyediakan layanan streaming seperti video dan musik. Salah satu aktivitas pengguna internet adalah menonton video, baik itu film maupun drama di perangkat elektronik. Hal ini pula yang mendasari penyedia layanan untuk mengembangkan dan berinovasi di sektor aplikasi video streaming.

Streaming sendiri berarti pemindahan data secara langsung dari server internet ke sebuah host (Hasan, 2017). Ini memungkinkan pengguna Internet untuk menonton film dan mendengarkan lagu tanpa harus menunggu atau mengunggah.

Salah satu jenis layanan streaming film atau drama menggunakan internet adalah layanan *Video on Demand (VOD)* berlangganan atau disebut juga *Subscription Video on Demand. Subscription video-on-demand (SVOD)* adalah layanan *streaming video* yang menawarkan cara menonton yang interaktif dan menggunakan algoritma untuk menyajikan katalog konten seperti film, serial dan documenter (Edwin & Irwansyah, 2021). Terdapat berbagai macam sebutan untuk layanan ini, seperti *platform video streaming, platform film*, dan lain sebagainya. Fungsi VOD seperti video rental yang memungkinkan pelanggan memilih program yang ingin ditonton. Pilihan program dapat mencakup berbagai judul film, serial TV, *reality show*, video streaming, dan program lainnya. Penonton tidak hanya dapat menonton, tetapi juga menyimpan dan mengunduh program yang mereka butuhkan. Perangkat yang sering digunakan untuk menonton layanan streaming video ini adalah *smartphone* yang mendukung untuk memfasilitasi transfer data dan penggunaan layanan berbasis internet (Edwin & Irwansyah, 2021).

SVOD populer di Indonesia antara lain Netflix dengan 850 ribu pelanggan dan Disney+ Hotstar dengan 2,5 juta pelanggan. SVOD lain yang juga tersedia di Indonesia adalah Viu, Amazon Prime dan HBO. Jumlah

pelanggan SVOD semakin meningkat karna kemudahan akses dan harga yang kompetitif. *Smartphone* menjadi perangkat yang semakin populer bagi masyarakat Indonesia untuk menggunakan layanan SVOD. Sementara kebanyakan orang masih menggunakan televisi dan komputer, semakin banyak *Gen Y* atau milenial yang menggunakan *smartphone* untuk menonton SVOD (Edwin & Irwansyah, 2021).

Dengan lahirnya inovasi-inovasi ini membuat penonton terutama kaum milenial memiliki berbagai macam pilihan dalam mengakses berbagai macam tontonan yang diinginkan. Terlihat pada survei yang dilakukan oleh IDN Research Institute (2019) menunjukkan bahwa kaum milenial indonesia masih memilih televisi sebagai media yang paling banyak digunakan yakni sebesar 89%. Namun, disisi lain dengan berbagai macam kemudahan yang ditawarkan oleh media baru (*new media*) tersebut justru telah menggiring penonton untuk mulai meninggalkan media konvensional. Hal lain terlihat salah satunya dengan pada survei yang dilakukan oleh McKinsey (2021) yang melibatkan 1.034 responden di Indonesia menunjukkan bahwa sebanyak 43% responden semakin sering menggunakan *platform streaming video*.

Tidak hanya sebagai pengguna aplikasi streaming, kaum milenial saat ini juga aktif sebagai pengguna media sosial. Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan saat ini adalah twitter. Twitter adalah jejaring sosial dan layanan *microblogging* (blog pendek) yang memungkinkan

penggunanya untuk mengirim pesan dan membaca pesan hingga 140 karakter.

Banyak diantara kaum milenial menggunakan twitter untuk mengikuti akun-akun *auto base*, salah satunya adalah akun @drakorfess_. Akun ini merupakan salah satu *auto base* yang fokus pada hal-hal yang berkaitan dengan drama korea selatan, seperti pemeran, *platform digital* tempat drama ditayangkan, sinopsis drama, dan lainnya.

Inovasi dan kreativitas sendiri bukanlah hal yang baru dalam peradaban islam. Kita bisa melihat dari banyaknya ilmuwan muslim yang telah melakukan penemuan penting dan berhasil mengubah dunia. Hasrat untuk bekerja dan bermanfaat untuk masyarakat ini lalu tertuang dalam pada surat Ar-Ra'ad ayat 11 dijelaskan :

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

Artinya :

"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri".
(Q.S. Ar-Ra'ad:11).

Dari semua penjelasan diatas, peneliti kemudian tertarik untuk mengetahui fenomena ini secara lebih luas. Sebagai bahan perbandingan dalam penelitian ini, peneliti berpedoman pada penelitian yang dilakukan oleh Isnaen Maulidya Priyanti (2021) dengan judul "Milenial Dan Aplikasi Streaming Musik (Studi Fenomenologi Penggunaan Aplikasi Spotify Dikalangan Milenial)". Dalam penelitian ini Isnaen menggunakan teori *uses and gratification* – respon yang menunjukkan hasil bahwa spotify sebagai

aplikasi *streaming* musik dapat memenuhi kepuasan yang ingin dicapai dan terpenuhinya harapan pada milenial. Persamaan dengan peneliti adalah untuk melihat bagaimana aplikasi streaming ini mampu mendorong kaum milenial untuk terus menggunakannya. Sedangkan perbedaan adalah peneliti memilih meneliti aplikasi streaming video dan film sementara Isnaen memilih aplikasi streaming musik.

Dalam penelitian lainnya yang dilakukan oleh Alfi Hasanah Siregar (2020) dengan judul “Persepsi Mahasiswa Terhadap Platform Film Di Smartphone (Studi Deskriptif Kuantitatif Persepsi Mahasiswa Fisip Usu Terhadap Platform Film Di Smartphone)”. Dalam penelitian tersebut Alfi menggunakan studi deskriptif kuantitatif – respon yang menunjukkan hasil bahwa mahasiswa Fisip USU menggunakan *platform* film karena berbagai alasan diantaranya karena kemudahan dalam akses dan juga fleksibilitas waktu dan tempat dalam menggunakan layanan tersebut. Dari beberapa penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa aplikasi streaming ini, baik streaming video dan film maupun musik mampu memberikan kepuasan serta memenuhi harapan bagi penggunanya.

Pembaharuan penelitian ini dibandingkan dengan dua penelitian sebelumnya adalah peneliti berusaha untuk menjangkau kaum milenial yang lebih luas serta pengguna sosial media yang aktif.

Oleh karena itu, dalam upaya untuk mengetahui selera kaum milenial khususnya pada *followers* media sosial twitter @drakorfess_ yang semula menggunakan televisi lalu mulai beralih ke aplikasi streaming dalam

memilih tontonan yang diinginkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Preferensi Kaum Milenial Terhadap Aplikasi Digital Streaming (Studi Pada *Followers* Media Sosial Twitter @drakorfess_)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah adalah:

Bagaimana preferensi *followers* media sosial twitter @drakorfess_ sebagai kaum milenial selama menggunakan aplikasi digital streaming?

C. Tujuan Penelitian

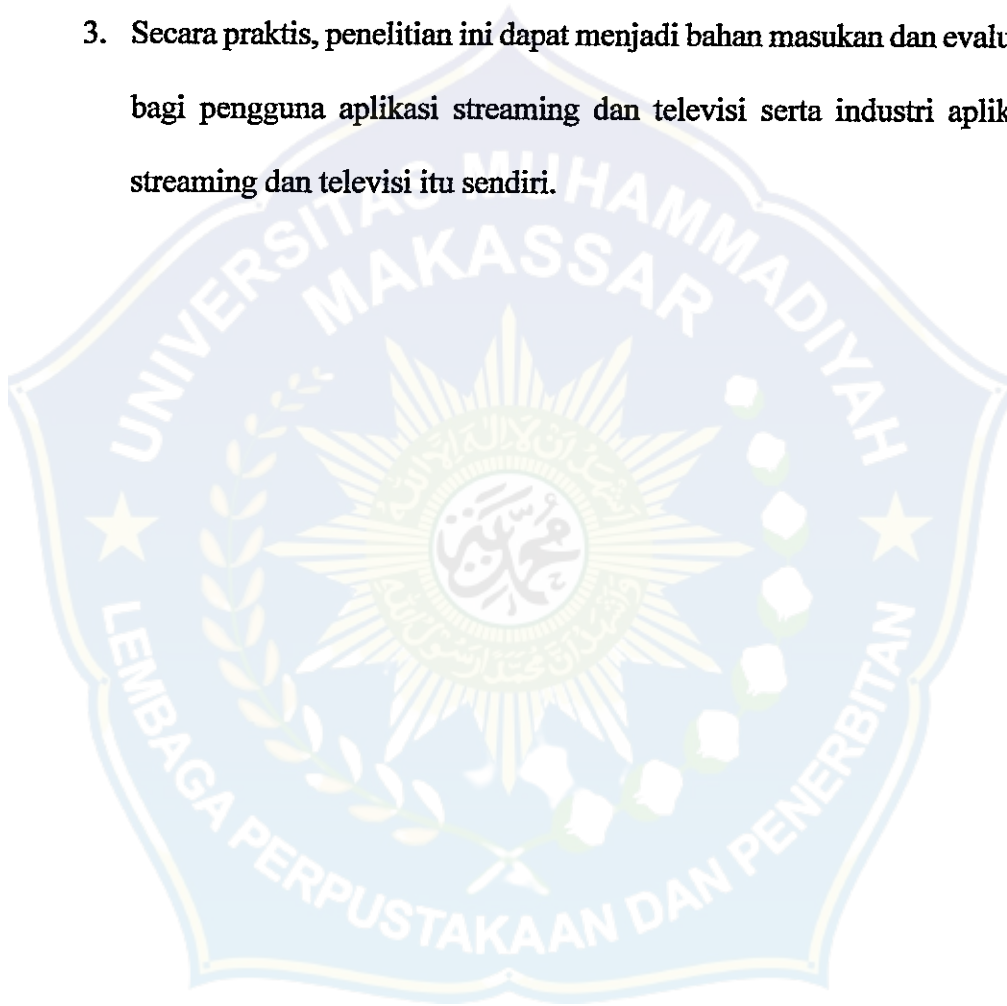
Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi *followers* media sosial twitter @drakorfess_ sebagai kaum milenial selama menggunakan aplikasi digital streaming.

D. Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat serta memperkaya bahan penelitian dan sumber baca khususnya tentang aplikasi streaming dan televisi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Unismuh Makassar.

2. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan contoh dan wawasan ilmu tentang preferensi kaum milenial terhadap aplikasi streaming dan televisi.
3. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi bagi pengguna aplikasi streaming dan televisi serta industri aplikasi streaming dan televisi itu sendiri.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang digunakan peneliti sebagai dasar dalam penyusunan skripsi, tujuannya untuk mengetahui hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, juga sebagai pembandingan dan gambaran yang dapat mendukung kegiatan penelitian berikutnya yang sejenis.

Berikut ini rincian terkait penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dengan penelitian penulis saat ini :

Tabel 2.1

Perbandingan Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Hasil Penelitian
1.	(Isnaen Maulidya Priyanti, 2021) “Milenial Dan Aplikasi Steaming Musik (Studi Fenomenologi Penggunaan Aplikasi Spotify Dikalangan Milenial)”	Deskriptif Kualitatif dengan Pendekatan Fenomenologi	Menunjukkan bahwa penggunaan Spotify yang melibatkan emosi didalamnya mampu memenuhi pencarian gratifikasi pengguna serta memungkinkan pengguna untuk dapat memenuhi kebutuhan selain kebutuhan hiburan.	Dalam penelitian tersebut peneliti menggunakan aplikasi streaming musik sebagai objek yang diteliti.

2.	(Alfi Hasanah Siregar, 2020) "Persepsi Mahasiswa Terhadap Platform Film Di Smartphone (Studi Deskriptif Kuantitatif Persepsi Mahasiswa FISIP USU Terhadap Platform Film di Smartphone)"	Deskriptif Kuantitatif	Menyimpulkan bahwa Mahasiswa FISIP USU menggunakan platform film karena kemudahan akses, variasi film beragam, biaya ekonomis, fleksibilitas tempat, dan fleksibilitas waktu. Sedangkan persepsi mahasiswa FISIP USU adalah antusias menonton film di smartphone dan platform film memudahkan menonton film.	Dalam penelitian tersebut peneliti meneliti platform digital ini dari sisi persepsi dengan penulis meneliti dari sisi preferensi responden
3.	(Diva Aulia Topan, Niken Febrina Ernungtyas, 2020) "Preferensi Menonton Drama Korea Pada Remaja"	Jurnal Ilmiah	Menunjukkan bahwa <i>Hallyu</i> memiliki kontribusi terhadap meningkatnya konsumsi drama Korea oleh siswa/siswi SMA/SMK namun hal tersebut tidak menyebabkan perubahan terhadap rutinitas mereka sehari-hari, termasuk kinerja akademis mereka.	Dalam penelitian yang ada pada jurnal membahas tentang kegemaran remaja terhadap drama korea, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis membahas tentang kegemaran kaum milenial menggunakan aplikasi streaming

B. Konsep Dan Teori

1. Preferensi

Preferensi seseorang dapat diartikan sebagai suatu hal yang menjadi pilihan atau sesuatu yang disukai seseorang. Preferensi ini terbentuk melalui persepsi terhadap suatu hal. Teori Maslow menyatakan bahwa seseorang didominasi oleh kebutuhan: kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan harga diri, dan kebutuhan pemenuhan diri. Kebutuhan tersebut memotivasi konsumen untuk memenuhi kebutuhannya (Wono, 2018).

Pada dasarnya setiap orang dapat menentukan peringkat semua situasi kapan saja, dari favorit hingga paling tidak favorit. Menurut Kotler dan Armstrong (2006), preferensi seseorang berkaitan erat dengan keputusan dalam pemilihan produk. Seseorang cenderung memilih dari berbagai produk yang tersedia yang paling memuaskan untuk digunakan (Harahap, 2017).

Menurut Doris Grober yang dikutip oleh Vivian (2008), preferensi media biasanya mengharuskan pengguna media untuk menentukan peringkat media favorit mereka. Penggunaan istilah preferensi media sering digunakan untuk melihat penggunaan media massa oleh khalayak. Media massa saat ini sangat banyak dan beragam, sehingga masyarakat dapat memilih yang paling disukai sesuai dengan tujuannya (Harahap, 2017).

Preferensi publik terhadap media massa tentunya berkaitan dengan kinerja media yang bersangkutan. Menurut Mcquail (2005), representasi

media yang ideal adalah representasi yang bebas secara struktural, dapat diakses oleh sumber informasi, dan kaya akan konten (Harahap, 2017).

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa preferensi adalah kecenderungan seseorang untuk memilih sesuatu berdasarkan keinginan, minat atau suka dan tidak suka, yang juga mencakup komponen persepsi, sikap, dan nilai.

2. Kaum Milenial

Kaum milenial adalah orang yang lahir antara awal tahun 1980-an dan awal tahun 2000-an. Disebut demikian, karena kaum atau generasi ini hidup pada pergantian millennium sekaligus hidup di era teknologi digital yang memasuki setiap aspek kehidupan (Priyanti, 2021).

Berdasarkan hasil penelitian menurut Lancaster & Stillman (2002), generasi Y dikenal menggunakan sebutan generasi millennial atau millennium. Ungkapan tersebut mulai digunakan dalam editorial koran besar Amerika Serikat sekitar agustus 1993. Generasi ini kebanyakan telah memakai teknologi komunikasi instan, contohnya email, SMS, *instant messaging*, dan media umum lainnya atau dengan kata lain generasi Y merupakan generasi yang tumbuh dalam era internet *booming* (Hidayatullah et al., 2018).

Tidak hanya itu, ciri lain dari kaum milenial berdasarkan website Rumah Millennials (2017), menyebutkan bahwa mereka mendominasi dunia teknologi dan sarana komunikasi yang ada. Namun, mereka biasanya tidak peduli dengan lingkungan serta dalam banyak kasus

mereka membanggakan gaya hidup bebas dan hedonistik dengan visi yang tidak realistic dan terlalu ideal (Priyanti, 2021).

Berdasarkan definisi diatas, kita dapat menarik kesimpulan bahwa kaum milenial adalah generasi yang lahir antara tahun 1980 hingga 2000 dengan kemajuan teknologi yang pesat. Dilihat dari kelompok usia, kaum milenial saat ini berusia kisaran 15-34 tahun.

3. *Video On Demand (VoD)*

a. Pengertian VoD

Follansbee mendefinisikan bahwa video streaming dan video on demand sebagai media tontonan modern. Dalam bukunya, panduan referensi all-in-one untuk pengguna dan bisnis baru yang perlu memperkenalkan teknologi, dan instruksi tentang cara membuat *video-on-demand* dan *live streaming*. Menurut Follansbee, video streaming adalah teknologi yang memungkinkan pemain mengirim data video dan audio dalam format terkompresi melalui internet untuk dilihat secara langsung atau *real-time* (Putra & Hidayat, 2022).

Sedangkan menurut Lobato, Video on Demand (disingkat VoD) adalah layanan *streaming video* yang memberikan penawaran kepada penggunanya untuk menonton dengan cara yang lebih interaktif dengan menyajikan konten seperti film, serial dan dokumenter. Dengan cara yang demikian, maka pengaplikasiannya

bisa dilakukan dimana saja karena akses yang mudah dan harga yang kompetitif (Edwin & Irwansyah, 2021).

b. *Platform VoD di Indonesia*

Menurut laman teknologipintar.com, terdapat beberapa *platform VoD* yang sering digunakan di Indonesia, antara lain:

1) HBO GO

Bagi penggemar acara buatan HBO, wajib untuk berlangganan layanan VOD yang ini. Setelah berlangganan, kalian bisa menonton semua film atau serial TV dari *channel* HBO melalui perangkat mobile, baik ponsel maupun tablet.

Harga berlangganan layanan VOD ini dibandrol seharga Rp.60.000 per bulan.

2) Disney+ Hotstar

Akan ada banyak sekali tayangan menarik buatan Disney, Pixar, Marvl dan rumah produksi milik Disney lainnya yang akan tayang disini. Superhero, princess, live-action terbaru, seri Star Wars, kartun dan lainnya bisa kalian nikmati.

Layanan VOD ini mulai beroperasi di Indonesia pada tanggal 5 september 2020 dengan biaya berlangganan per bulan Rp.39.000 atau per tahun Rp.199.000

3) Netflix

Netflix merupakan layanan *streaming* yang berasal dari Amerika Serikat dimana menawarkan banyak sekali program

TV, film, anime, sampai dokumenter. Selalu terdapat tontonan, program TV dan film baru dalam setiap pekan. Apalagi, Netflix juga punya banyak program original yang hanya boleh disaksikan apabila telah berlangganan.

Harga berlangganan Netflix di Indonesia, yaitu paket Mobile Rp. 54.000, Basic Rp.120.000, Standar Rp.153.000, dan Premium Rp.189.000.

4) Viu

Layanan video on-demand ini sangat digemari oleh para penggemar drama atau drama Korea. Disini, kalian bisa *streaming* atau *download* drama Korea terbaru dengan *subtitle* Indonesia dan Inggris. Tidak hanya itu, ada berbagai acara hebat lainnya termasuk serial original Viu, film Indonesia, India, Jepang, dan acara TV Asia lainnya.

Harga langganan Viu; mulai dari Rp.10.000 per minggu, Rp.30.000 per bulan, Rp.120.000 setiap enam bulan, dan banyak promo lainnya yang lebih murah.

5) Mola TV

Platform hiburan ini menghadirkan berbagai konten eksklusif dan menyenangkan melalui saluran Mola Movis, Mola Living, Mola Sports, dan Mola Kids. Disini, kalian dapat menonton siaran sepak bola dalam bahasa Inggris, atau Liga Premier serta kategori WWE, RAW, dan *Smack Down*.

Harga berlangganan Mola TV; film dan paket anak mulai Rp.12.000 per bulan atau Rp.50.000 per tahun. Sedangkan paket Sports Mobile adalah Rp.47.000 per bulan atau Rp.250.000 per musim (sampai akhir musim).

Selain itu, Mola TV bermitra dengan HBO GO untuk layanan premium. Dengan paket ini, pelanggan dapat menikmati semua program premium dari HBO GO di Mola TV.

Langganan Mola TV X HBO GO Premium dibandrol dengan harga Rp.65.000 per bulan atau Rp.500.000 per tahun.

6) iQYI Video

iQYI menghadirkan film dan serial TV dengan *subtitle* bahasa Indonesia untuk membantu kalian memahami konten, memberikan pengalaman menonton yang lancar dan presentasi aplikasi yang ringkas. Ada banyak film dan serial TV Asia yang bisa dinikmati melalui layanan VOD ini, mulai dari K-drama hingga anime.

Untuk berlangganan, VIP dibandrol dengan harga Rp.39.000 per bulan untuk standar (2 layar) dan Rp.75.000 untuk premium (4 layar).

7) WeTV

Layanan VOD ini menawarkan pilihan acara dan drama Asia untuk pengalaman menonton yang menyenangkan. Disini,

kalian bisa memilih kualitas tayangan yang sesuai dengan kebutuhan kalian.

Saat menonton di data seluler, kalian dapat menghemat uang dengan kualitas 360p. namun, pengguna juga dapat menikmati kualitas Blu-ray (Full HD). WeTV menawarkan beberapa pilihan bahasa dan *subtitle*.

Harga berlangganannya adalah Rp.35.000 per bulan, Rp.99.000 per kuartal atau empat bulan, dan Rp.389.000 untuk satu tahun.

4. Media Sosial Twitter @drakorfess_

Twitter merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia. Twitter adalah jejaring sosial dan layanan *microblogging* (blog pendek) yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim pesan dan membaca pesan hingga 140 karakter. Istilah yang digunakan untuk mengirim pesan disebut *tweet*. Karena Twitter mengirim pesan yang sangat terbatas, Twitter juga dikenal sebagai sms internet. Namun pada 7 November 2017, ditambahkan menjadi 280 karakter (Novitasari, 2020).

Keunggulan Twitter yang dapat menyebarluaskan informasi secara lebih cepat dan ringkas menyebabkan munculnya akun-akun baru berupa berbagai fasilitas/wadah informasi, seperti akun *auto base*. Akun *auto base* sendiri merupakan akun yang memfasilitasi pengguna Twitter untuk mengirim pesan atau tweet secara anonim. Cara kerja akun ini

adalah dengan mengirimkan *direct messages* dalam format tertentu. Setelah itu, pesan akan otomatis muncul sebagai tweet di akun tersebut. Untuk dapat mengirim tweet, kita harus diikuti (*folllback*) oleh akun tersebut. Sedangkan orang yang mengirim tweet biasanya disebut *sender*. Dia bisa mengirimkan tweet berupa pertanyaan maupun informasi (Novitasari, 2020).

Akun *auto base* di media sosial Twitter sangat beragam dengan berbagai *thread*/topik. Contohnya akun @collegemenfess bertema kehidupan kampus, akun @animalfess2 bertema hewan, dan akun @drakorfess_ terkait drama korea selatan. Pada akun *auto base* ini, ada juga tweet yang informatif.

Akun @drakorfess_ merupakan salah satu *auto base* yang fokus pada hal-hal yang berkaitan dengan drama korea selatan, seperti pemeran, *platform digital* tempat drama ditayangkan, sinopsis drama, dan lainnya. Akun @drakorfess_ ini dibuat pada Mei 2019 dan memiliki 94.902 ribu pengguna (per 13 Juli 2022). Informasi yang disampaikan biasanya seputar genre drama, fakta tentang drama baru yang akan tayang, dan rekomendasi drama lain yang layak ditonton berdasarkan pengalaman si *sender*.

5. Uses and Gratifications Theory

Teori *uses and gratification* yang dikenalkan pada tahun 1974 oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz dalam bukunya *The Uses on Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Reasearch*

menjadi teori utama yang melandasi penelitian ini. Teori ini merupakan teori yang paling banyak digunakan dalam penelitian komunikasi massa.

Teori *uses and gratification* milik Blumer dan Katz mengatakan bahwa khalayak mempunyai peran yang besar dalam memilih dan menggunakan media tersebut. Dalam hal ini, khalayak adalah pihak yang aktif dalam mencari sumber media yang paling baik didalam usaha untuk memenuhi kebutuhannya, baik itu kebutuhan interaksi, informasi, ataupun hiburan.

Teori ini lebih berfokus pada khalayak media. Artinya, khalayak mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Menurut teori ini, khalayak mempunyai kebebasan dalam memutuskan bagaimana mereka menggunakan media dan dampak media tersebut kepada dirinya.

Khalayak biasanya menggunakan media untuk motif mereka sendiri. Media berusaha untuk memuaskan motif khalayak sebanyak mungkin. Ketika motif tersebut dapat terpenuhi, maka kebutuhan mereka secara otomatis juga terpenuhi (Krisyantono, 2014).

Media itu sendiri adalah sebuah pesan. Dalam arti, informasi yang disampaikan tidak sepenting media, melainkan saluran untuk menyampaikan informasi. Dijelaskan bahwa media memiliki kekuatan untuk mempengaruhi orang, bukan isi informasi. Dalam proses penggunaan media, khalayak seringkali lebih mementingkan isi

informasi, namun seringkali khalayak tidak mengetahui bahwa media sebagai perantara informasi juga dapat mempengaruhi kehidupan mereka (Morissan, 2010).

Media memiliki tujuan utama yang harus dipenuhi, yaitu kebutuhan dan minat khalayak. Hal utama adalah merujuk pada target pendapatan dan non-pendapatan media yang dimiliki media kemudian beralih ke tujuan non-finansial, yaitu media dapat memberikan prestis dan pengaruh sosial ke khalayak, maksimalisasi khalayak, menargetkan berbagai bidang dalam menyalurkan pesan (politik, agama, budaya, dan lainnya) untuk kepentingan publik (McQuail, 2011).

Kita bisa memahami interaksi khalayak dengan media melalui pemanfaatan media oleh orang itu (*uses*) dan kepuasan yang didapatkan (*gratification*). Hal ini karena masing-masing khalayak memiliki tingkat pemanfaatan media yang berbeda. Sebagai contoh, siaran *MetroTV* tentunya akan lebih banyak dipilih oleh orang yang ingin mencari kepuasan dalam mendapatkan informasi terkait berita dibandingkan orang yang ingin mendapatkan suatu pelarian dari rasa khawatir. Lalu orang yang lebih senang menonton sinetron tentu saja akan memilih media yang bisa memenuhi kebutuhannya tersebut atau dengan kata lain memilih media yang menayangkan sinetron kesukaannya (Nurudin, 2017).

6. Media Baru (*New Media*)

a. Pengertian Media Baru

Media merupakan sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Seiring perkembangan teknologi komunikasi, kini telah muncul yang bentuk media lain yang sering disebut dengan media baru (*new media*). Munculnya media baru (*new media*) ini menjadi tanda bahwa perkembangan dalam bidang ini mengalami kemajuan.

Media baru adalah tempat dimana semua pesan komunikasi dapat dipusatkan dan mudah disampaikan dengan menggunakan teknologi internet, melibatkan khalayak dan meningkatkan interaksi serta proses komunikasi. Ciri utama dari media baru adalah keterhubungannya pada akses yang luas sebagai pengirim dan penerima pesan interaktif yang dapat dijangkau dimana saja dan kapan saja (McQuail, 2011).

Salah satu komponen terpenting dari media baru adalah internet. Internet adalah teknologi yang memungkinkan untuk industri media online dan alat untuk transfer pesan secara cepat dan luas. Sifat internet sebagai media komunikasi berarti adanya interaksi yang intens (terus menerus) antar individu, dan umpan balik antarpribadi (*Feedback*) untuk setiap interaksi tersebut. Dapat dikatakan bahwa internet telah menjadi bagian dari budaya bagi generasi muda (McQuail, 2011).

Adapun beberapa perubahan yang berkaitan dengan munculnya media baru, yaitu:

- 1) Digitalisasi atas segala bentuk media
- 2) Interaksi dan koneksi yang makin meningkat
- 3) Fleksibilitas dalam mengirim dan menerima
- 4) Adaptasi terhadap publikasi khalayak
- 5) Munculnya variasi bentuk baru dari media
- 6) Pemisahan dan pengaburan dari “lembaga media”

b. Karakteristik Media Baru

Dari sisi pengguna (Ardianto & Erdinaya, 2004), karakteristik media baru dibandingkan dengan media lama adalah :

1) Interaktivitas

Interaktivitas ditunjukkan oleh hubungan tanggapan atau inisiatif pengguna terhadap “tawaran” sumber/pengirim (pesan).

2) Kehadiran Sosial

Kehadiran sosial dialami oleh pengguna dengan menggunakan media untuk menciptakan rasa kontak pribadi dengan orang lain.

3) Kekayaan Media

Media dapat menjembatani perbedaan referensi, mengurangi ambiguitas, memberi petunjuk, dan menjadi lebih responsif dan personal.

4) Otonomi

Pengguna memiliki kendali atas konten mereka dan rasa kemandirian dari sumbernya.

5) Hiburan

Digunakan untuk hiburan dan kepuasan

6) Privasi

Perlindungan data terkait penggunaan media dan/atau konten tertentu

7) Personalisasi

Sejauh mana isi dan penggunaan media bersifat pribadi dan unik.

c. Jenis Media Baru

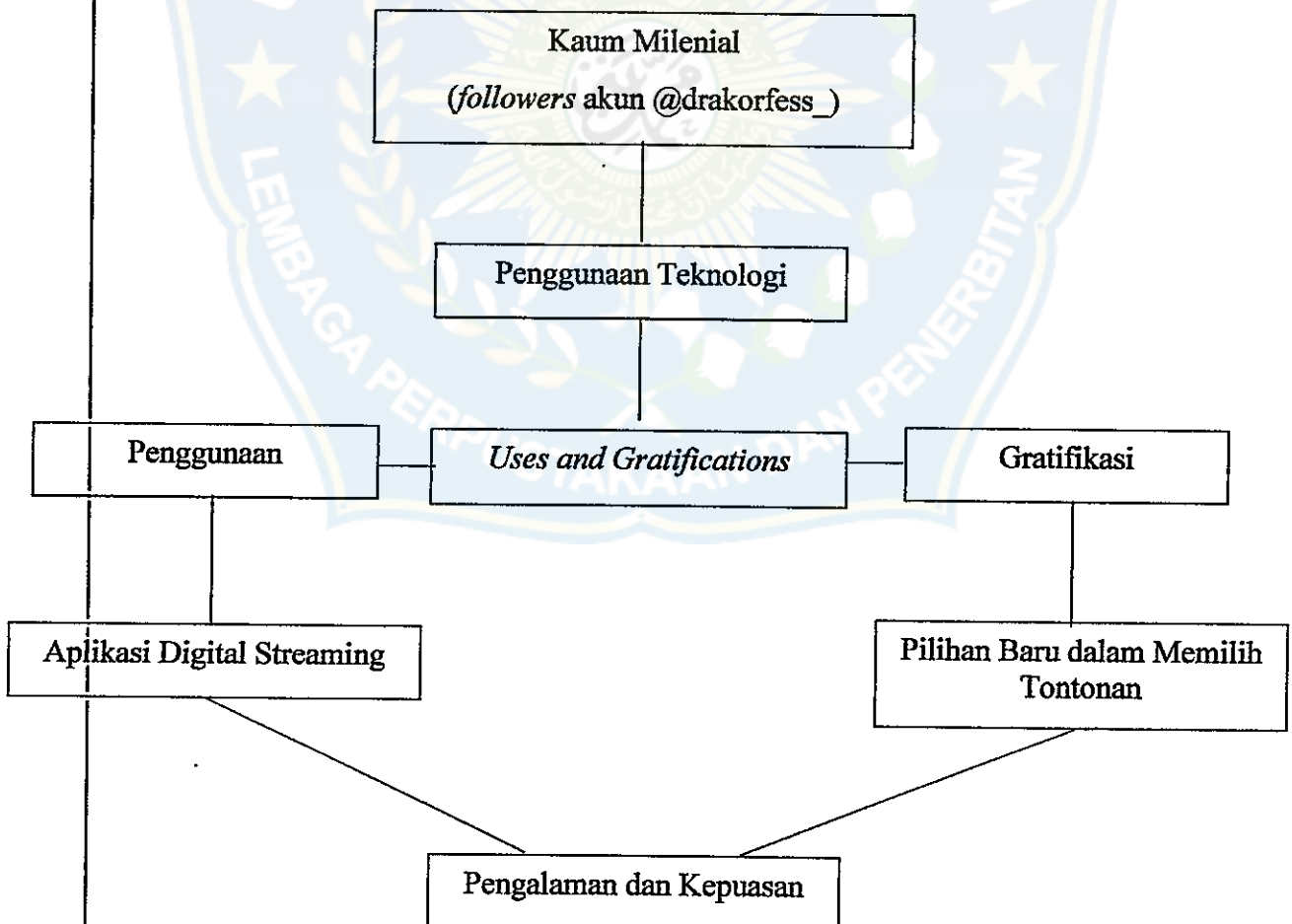
Evolusi teknologi dari media tradisional ke media baru telah ditingkatkan dengan teknologi digital. Konsentrasi telekomunikasi modern ini terdiri dari komputer dan jaringan siaran. Masyarakat mulai menghadapi pemrosesan dan penyebaran bentuk-bentuk baru informasi digital, seperti informasi digital, World Wide Web (WWW), dan fitur multimedia.

Media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube merupakan jenis media baru yang termasuk dalam kategori media online. Jenis media baru ini memungkinkan orang biasa untuk berbicara, berpartisipasi, berbagi, dan berjejaring secara online. Selain itu, ada jenis media baru lainnya seperti *notebook*,

DVD, VCD, pemutar media portabel, *smartphone*, *video game*, dan *virtual reality* (Hamidati, 2011).

C. Kerangka Berpikir

Penelitian ini membahas tentang preferensi kaum milenial terhadap aplikasi digital streaming dengan menggunakan teori “*Uses and Gratification*” untuk menjelaskan bagaimana pengalaman kaum milenial dalam menggunakan aplikasi digital streaming sebagai upaya dalam memenuhi kepuasan penggunaannya.



Gambar 2.1. Kerangka Pikir Peneltian

D. Fokus Penelitian

Penulisan ini memfokuskan pembahasan mengenai preferensi kaum milenial terhadap aplikasi digital streaming yang mendorong mereka untuk terus menggunakannya dan mulai meninggalkan televisi.

E. Deskripsi Fokus Penelitian

1. Preferensi adalah kecenderungan untuk memilih sesuatu yang lebih disukai daripada yang lain. Preferensi merupakan bagian dari komponen pembuatan keputusan dari seorang individu.
2. Penggunaan (*uses*) adalah cara untuk mengembangkan pemahaman tentang fungsi-fungsi psikologis penggunaan media oleh khalayak.
3. Gratifikasi (*gratifications*) adalah sebuah efek pengalaman psikologis yang dinilai oleh masing-masing individu.
4. Aplikasi digital streaming adalah salah satu bentuk dari media baru, dimana aplikasi digital streaming merupakan konten yang berbasis video dan bersifat *on demand* dan dapat dinikmati oleh masyarakat melalui internet.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu Dan Lokasi

Penelitian ini dilaksanakan kurang lebih selama 2 bulan, mulai dari bulan Juni hingga Agustus 2022. Lokasi penelitian akan dilakukan di Kota Makassar.

B. Jenis Dan Tipe Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif, karena penelitian ini berupaya untuk mengetahui bagaimana pengalaman kaum milenial selama menggunakan aplikasi digital streaming yang mendorong kaum milenial untuk terus menggunakannya dan mulai meninggalkan televisi.

Tipe penelitian yang digunakan yaitu tipe penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain. Peneliti menggunakan tipe deskripsi kualitatif untuk menggambarkan kondisi fisik dan sosial berdasarkan fakta dan data yang sebenarnya (Bungin, 2017).

C. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer, data yang diperoleh dari hasil pengamatan langsung benda-benda yang di teliti. Sumber data berupa observasi langsung dan wawancara terhadap objek penelitian.
2. Data Sekunder, data tambahan yang melengkapi data yang sudah ada sebelumnya, dimana sumber data berasal dari buku dan situs internet yang berhubungan dengan judul penelitian. Serta, data dokumen diambil dari Media Sosial Twitter @drakorfess_.

D. Informan

Untuk penetapan informan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *purposive sampling*, maksudnya adalah informan sengaja dipilih dengan pertimbangan informan dapat membantu peneliti mendapatkan data-data untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini (Sugiyono, 2013).

Pada penelitian ini peneliti menggunakan kaum milenial yang aktif menggunakan aplikasi digital straming dan juga aktif dalam menggunakan media sosial twitter atau dalam hal ini adalah *followers* akun twitter @drakorfess_.

Tabel 3.1
Data Informan Penelitian

No.	Informan	Jenis Kelamin	Lama Penggunaan Aplikasi Digital Streaming
1.	W	Laki-laki	2 Tahun
2.	I	Perempuan	4 Tahun
3.	K	Perempuan	6 Tahun
4.	AR	Perempuan	3-4 Tahun
5.	A	Perempuan	2 Tahun

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan penelitian pendahuluan untuk menemukan pernyataan-pernyataan yang harus diselidiki, dan jika peneliti ingin mempelajari sesuatu dari responden yang lebih dalam dan jumlah sedikit. Teknik pengumpulan data ini didasari *self-reporting*, atau setidaknya berdasarkan pengetahuan dan atau keyakinan pribadi. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam adalah proses dimana pewawancara bertemu dengan orang yang diwawancarai untuk memperoleh informasi guna tujuan penelitian melalui tanya jawab.

Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur atau tidak terstruktur, secara langsung maupun telepon (Sugiyono, 2013).

2. Dokumentasi

Dokumentasi dapat berbentuk apa aja, seperti tulisan, karya, atau gambar tangkapan layar dari hal-hal yang terekam sebagai peristiwa dalam pengalaman masa lalu (Sugiyono, 2015). Dokumentasi juga dapat memberikan informasi yang lebih lengkap tentang data penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses secara sistematis mengambil dan menyusun data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan bahan lainnya, sehingga mudah untuk memahami dan menginformasikan temuan kepada pihak lain. Analisis data dilakukan dengan cara mengorganisasikan data, memecahnya menjadi unit-unit, mensintesiskannya, menyusunnya menjadi pola, memilih apa yang penting dan apa yang akan dipelajari, dan menarik kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain (Sugiyono, 2013).

Aktivitas dalam analisis data yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification* (Sugiyono, 2013).

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data adalah proses berpikir sensitif dimana membutuhkan kecerdasan dan fleksibilitas serta wawasan yang mendalam. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan

pada hal-hal yang penting, dan mencari tema dan pola. Data yang telah direduksi tersebut akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data lebih lanjut dan menemukannya pada saat dibutuhkan.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Dalam penelitian kualitatif, data dapat disajikan dalam bentuk deskripsi singkat, diagram, hubungan antar kategori, diagram alur dan lainnya. Dalam konteks ini Miles dan Huberman mengatakan teks naratif yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif. Dengan menampilkan data, lebih mudah untuk memahami apa yang sedang terjadi dan merencanakan kegiatan lebih lanjut berdasarkan apa sudah diketahui.

3. *Conclusion Drawing/Verification* (Penarikan Kesimpulan/Verifikasi)

Menurut Miles dan Huberman, langkah ketiga adalah menarik kesimpulan dan memvalidasinya. Kesimpulan awal yang disajikan masih bersifat tentatif dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti yang kuat untuk mendukung tahap pengumpulan data berikutnya. Oleh karena itu, kesimpulan penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab pertanyaan yang diajukan diawal, tetapi belum tentu, karena pertanyaan dan pernyataan dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian memasuki tahap penelitian lokasi.

G. Teknik Pengabsahan Data

Agar data dalam penelitian kualitatif dapat di pertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu dilakukan uji keabsahan data. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji, *credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas), dan *comfirmability* (obyektivitas).

1. *Credibility* (Validitas Internal)

Melakukan uji kredibilitas atau uji kepercayaan terhadap data penelitian agar hasil yang diperoleh tidak diragukan lagi. Keandalan data uji atau keandalan data hasil penelitian kualitatif dan sebagainya dilakukan dengan;

a. Perpanjangan pengamatan

Perpanjangan observasi adalah ketika peneliti kembali ke lapangan, melakukan observasi, dan mewawancarai kembali sumber data yang sudah ditemui dan sumber data baru. Dengan pengamatan ini diperpanjang, hubungan antara peneliti dengan narasumber akan menjadi lebih terbentuk, lebih akrab (tidak ada jarak), lebih terbuka, dan dengan demikian tidak ada lagi memiliki informasi yang tersembunyi.

b. Meningkatkan ketekunan dalam penelitian

Peningkat ketekunan berarti pengamatanyang lebih hati-hati dan terus-menerus. Dengan cara ini, kepastian data dan urutan kejadian ditentukan dan dicatat secara sistmatis. Untuk

meningkatkan ketekunan, peneliti dapat melakukan hal tersebut dengan membaca berbagai dokumen yang berkaitan dengan penelitian sebelumnya. Hal ini memungkinkan peneliti untuk memeriksa kembali data yang ditemukan serta memberikan deskripsi yang akurat dan sistematis tentang apa yang diamati.

c. Menggunakan bahan referensi

Referensi yang dirujuk disini adalah dukungan berbasis bukti untuk data yang ditemukan para peneliti. Dalam laporan penelitian, sebaiknya data yang diberikan perlu disertai dengan foto atau dokumentasi asli sehingga lebih dapat dipercaya (Sugiyono, 2013).

2. *Transferability* (Validitas Eksternal)

Uji transferabilitas (*transferability*) digunakan untuk menguji validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Dalam tes ini, dimungkinkan untuk menunjukkan seberapa akurat hasil penelitian atau penerapannya pada populasi sampel. Nilai transfer ini relevan dengan pertanyaan, sejauh mana temuan dapat diterapkan atau digunakan dalam situasi lain. Bagi peneliti, mentransfer tersebut tergantung pada pengguna, sehingga efektivitas transfer nilai masih dapat dijelaskan ketika temuan dapat digunakan dalam konteks dan konteks sosial lain (Sugiyono, 2015).

3. *Dependability* (reabilitas)

Dalam penelitian kualitatif, tes dilakukan dengan mengaudit seluruh

proses penelitian. Caranya adalah dengan melakukan keseluruhan kegiatan penelitian oleh auditor independen atau peneliti audit independen yang kompeten. Misalnya, dapat dimulai ketika seorang peneliti mulai mengidentifikasi suatu masalah, memasuki lapangan, memilih sumber data, melakukan analisis data, menguji validitas data, dan melaporkan hasil pengamatan (Sugiyono, 2015).

4. *Confirmability* (Obyektivitas)

Uji obyektivitas penelitian sama dengan pengujian konfirmasi dalam penelitian kuantitatif. Sebuah penelitian dikatakan obyektif jika temuannya dibagikan oleh banyak orang. Pengujian konfirmasi penelitian kualitatif mengacu pada pengujian hasil penelitian dalam kaitannya dengan proses yang dilakukan. Dalam penelitian kualitatif, pengujian konfirmasi mirip dengan pengujian reliabilitas, sehingga pengujian dapat dilakukan secara bersamaan. Suatu penelitian telah memenuhi kriteria konfirmabilitas jika hasilnya merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan.

BAB IV

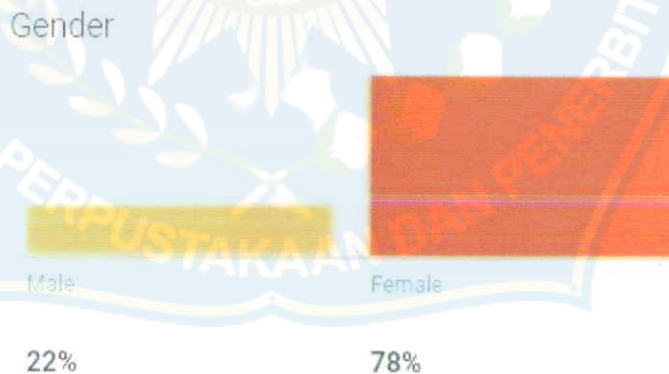
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Deskripsi *followers* akun @drakorfess_

Akun @drakorfess_ memiliki 94.902 pengikut per 13 Juli 2022. Berdasarkan wawancara dengan admin dan didukung oleh fitur Analytics Twitter, menunjukkan bahwa lebih banyak pengguna berjenis kelamin perempuan yang mengakses akun @drakorfess_ dibandingkan laki-laki. Hal ini terlihat pada jumlah presentase dimana perempuan sebanyak 78% sementara laki-laki sebanyak 22%.

Gambar 4.1. Analisis berdasarkan jenis kelamin



Sumber data: Media Sosial Twitter @drakorfess_

Selain itu, berdasarkan wawancara dengan admin juga disebutkan bahwa mayoritas pengguna twitter yang mengikuti akun @drakorfess_ rata-rata berusia 17 tahun hingga 22 tahun. Kemudian, pengguna

Twitter yang mengikuti akun @drakorfess_ lebih aktif mengakses pada saat akhir pekan.

2. Deskripsi akun Twitter @drakorfess_

Fathin selaku admin sekaligus owner dari akun @drakorfess_ menuturkan bahwa akun ini merupakan salah satu akun *autobase* yang membahas topik seputar drama Korea Selatan. Dimana *followersnya* dapat membagikan cerita atau topik pembahasan seputar drama kesukaannya dengan cara mengirimkan *direct messages* dalam format tertentu lalu secara otomatis pesan tersebut akan berubah menjadi tweet tanpa harus menunjukkan identitasnya (anonim).

Admin juga menyampaikan bahwa akun @drakorfess_ yang terbentuk sekitar bulan Mei 2019 ini dibuat dengan alasan atas kegemarannya terhadap drama Korea Selatan. Berangkat dari alasan tersebut, maka admin memutuskan untuk membuat akun khusus untuk membahas drama ataupun film dari Korea Selatan.

Gambar 4.2. Peraturan akun Twitter @drakorfess_





OPFOLL 21.00 WIB @dra... · 07 Nov 20

Otomatis

UPDATE RULES !!

- hanya membahas aktor/aktris, idol boleh asal main drama juga
- dilarang mencantumkan hashtag
- dilarang mengirim menfess 18+
- dilarang menyebarkan berita hoax
- jika mengirim foto/video yang bukan milik sendiri harap cantumkan sumber

감사합니다~

6

26

64



Sumber data: Media Sosial Twitter @drakorfess_

Seiring berjalannya waktu, agar akun @drakorfess_ lebih nyaman digunakan oleh para *followers*nya, admin akhirnya membuat peraturan yang harus ditaati demi kenyamanan dan kebaikan bersama. Peraturan-peraturan yang dibuat tidak jauh berbeda dengan peraturan akun *autobase* lainnya, seperti dilarang mengirimkan sesuatu yang berbau SARA, politik, dan pornografi, serta dilarang untuk memancing keributan.

Tidak hanya itu, admin juga membuat peraturan dimana *followers* dilarang untuk membahas sesuatu yang bersifat OOT (*out of topic*) dikarenakan akun *autobase* ini khusus untuk membahas drama ataupun film dari Korea Selatan. Jadi, seharusnya tema pembahsan di akun ini adalah tentang drama ataupun film. Dan juga, para *followers* juga dilarang untuk menjelekkkan suatu karya maupun para pemeran dan *crew* yang terlibat didalamnya.

Selain para *followers* yang aktif dalam mengakses dan berdiskusi didalam akun tersebut, Fahtin selaku admin juga menyediakan konten-konten yang menarik guna menjaga hubungannya dengan *followers* akun @drakorfess_. Konten-konten yang disediakan oleh admin diantaranya memberikan rekomendasi judul drama ataupun film yang wajib untuk dinonton, dan juga memberikan kutipan dialog dari drama maupun film Korea Selatan yang saat ini tengah ramai diperbincangkan.

Namun, akibat dari kesibukan admin akun @drakorfess_ konten-konten ini mulai jarang dihadirkan kembali sehingga admin menjadi jarang berinteraksi dngan *followers* akun yang dibuatnya hanya berfokus untuk memantau akun *autobase* ini saja.

Gambar 4.3. Konten yang disajikan oleh admin akun @drakorfess_





Sumber data: Media Sosial Twitter @drakorfess_

B. Hasil Penelitian

1. Preferensi Kaum Milenial Terhadap Aplikasi Digital Streaming

Sebagaimana penelitian yang telah dilakukan melalui wawancara dengan para informan, peneliti menemukan beberapa faktor yang membentuk preferensi kaum milenial terhadap aplikasi digital streaming, yakni sebagai berikut:

a. Kesadaran untuk menonton secara legal

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, seluruh informan sepakat bahwa film atau drama yang ingin dinonton sebaiknya dilakukan lewat *platform* yang seharusnya. Selain untuk mengapresiasi semua orang yang terlibat dalam karya tersebut, kelima informan juga menggunakan aplikasi digital streaming

karena menginginkan tayangan dengan kualitas yang tinggi. Salah satunya disampaikan oleh informan A bahwa:

“Sebelumnya saya nonton ilegal dan makin lama kelemahannya makin banyak, gambar burem, iklannya juga makin susah dihilangkan, apalagi saya lebih sering nonton di *handphone* (HP) daripada laptop. Selain itu juga karena sudah sadar soal nonton legal, jadinya saya sekarang beralih”.

Sebelum menggunakan aplikasi digital streaming, informan A menonton melalui web ilegal atau mengunduh file tontonan melalui internet pada *handphonenya*. Informan A menyukai film Indonesia dan drama Korea Selatan, karena kesukaanya tersebut juga informan A belajar untuk menghargai para kru produksi dengan cara menonton secara legal.

Hal serupa juga disampaikan oleh informan W yaitu:

“Sebelumnya menggunakan web ilegal namun saya merasa lebih baik menggunakan *platform* legal jadi saya langganan Netflix.”.

Tidak sekedar menonton tetapi informan W menikmati setiap tayangan yang ditontonnya, dengan memperhatikan legalitas dan kualitas tontonan yang ditontonnya. Sebelum menggunakan aplikasi digital streaming, informan W telah mencoba dengan menggunakan web ilegal. Namun menurut informan W, aplikasi digital streaming merupakan aplikasi yang paling lengkap dan menarik meskipun menurutnya masih terdapat kekurangan.

Dan juga disampaikan oleh informan K bahwa:

“Karena ingin menonton secara legal dan berkualitas tinggi, jadi saya mulai beralih ke aplikasi streaming. Kalau yang ilegal saya mulai tinggalkan karena biasanya ada beberapa drama yang saya

dapat lewat web tapi jelek kualitasnya, terus juga downloadnya biasanya susah”.

Sedangkan untuk informan AR dan I memilih untuk beralih ke aplikasi digital streaming hanya karena kesadaran akan pentingnya untuk menonton secara legal. Dari kesadaran tersebut merambah ke cara mereka memandang pengguna web ilegal. Dalam melihat hal tersebut, mereka merasa kesal dan menyayangkan sikap kaum milenial lainnya yang memilih untuk menggunakan web ilegal karena hal itu dapat merugikan kru produksi dan pemain serta mereka yang menggunakan aplikasi digital streaming.

Legalitas terhadap suatu film atau drama yang ditonton dalam aplikasi digital streaming mendapat perhatian lebih dari informan. Menurut mereka, hal itu dilakukan karena kesukaannya terhadap film maupun drama dan mereka ingin agar tontonan tersebut juga dapat berdampak pada para sineas secara langsung. Dampak tersebut tentu saja berupa royalti yang sesuai bagi para kru produksi dan pemain.

b. Fleksibilitas dalam mengakses dan menggunakan aplikasi digital streaming

Dalam menggunakan aplikasi digital streaming, seluruh informan mengaku menggunakannya karena tertarik dengan fleksibilitas yang ditawarkan oleh aplikasi tersebut. Mulai dari cara pengaplikasiannya yang mudah hingga fitur yang disediakan didalamnya.

Informan K mengaku bahwa aplikasi streaming yang sering dia gunakan memiliki akses dan fitur yang mudah sehingga membantu para penonton, seperti yang dikatakannya bahwa:

“Karena cara menggunakan aplikasinya mudah. selain itu, fitur yang disediakan di aplikasi streaming membantu penonton. Misalnya, pengaturan kecepatan, *bookmark*, *history*, *download*, dan juga kemudahan untuk akses berlangganan dengan hanya menggunakan kuota atau jaringan *wi-fi*”.

Informan K memutuskan menggunakan aplikasi digital streaming yang menurutnya aplikasi tersebut sangat memudahkannya untuk menonton, karena aplikasi digital streaming menyediakan fitur yang membuatnya merasa nyaman jika dibandingkan dengan televisi. Menurutnya mudah mencari segala hal yang dirinya inginkan terkait dengan hiburan.

Pernyataan informan K tersebut diatas sejalan dengan pendapat informan pendengar lainnya, informan W. Dari hasil wawancara dia mengatakan bahwa :

“Yang enak dari aplikasi streaming ini adalah karena akses yang lebih mudah dan *personalized*. Mudah juga karena ada di *gadget*, bisa di *download* dan juga bisa dinonton berulang kali dengan kualitas video yang tinggi (HD).

Informan W mengakui aplikasi digital streaming memiliki banyak kelebihan yang membantunya dalam memenuhi kebutuhan hiburannya. Tidak hanya fitur yang lengkap, aplikasi digital streaming juga memberikan rekomendasi terkait tontonan sesuai dengan genre yang diikutinya, ataupun memberikan rekomendasi

tontonan sesuai dengan apa yang saat ini sedang digemari oleh banyak orang.

Lebih lanjut, informan I juga menyampaikan hal yang serupa, bahwa:

“Yang pasti di aplikasi streaming kita bisa mengatur kecepatan, serta tingkat kualitas videonya. Menonton film yang dari luar negeri juga lebih gampang karna sudah langsung disediakan *subtitle*”.

Menurut informan I, dia membutuhkan aplikasi yang dapat menyediakan fitur yang memudahkannya tanpa harus mengunduh aplikasi ketiga. Aplikasi digital streaming yang dia gunakan sekarang menyediakan hal itu sehingga membuat dirinya tidak lagi beralih ke web ilegal.

Tidak hanya menyediakan fitur yang memudahkan penonton, aplikasi digital streaming ini juga menawarkan akses yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Dengan penawaran ini, tidak jarang banyak kaum milenial yang lebih memilih untuk menggunakan aplikasi tersebut ketimbang menggunakan televisi.

Seperti yang disampaikan oleh informan AR, bahwa:

“Penggunaan aplikasi streaming jauh lebih praktis, soalnya mau dimanapun atau kapanpun kita bisa nonton yang kita mau. Jadi tidak perlu harus pulang ke rumah dulu untuk pakai aplikasinya”.

Informan AR mengaku jika dia hampir menggunakan aplikasi digital streaming setiap hari. Menurutnya aplikasi digital streaming menemaninya karena mempunyai kebiasaan menonton. Dan karena

aksesnya yang bisa dimana saja, memudahkan dirinya jika ingin menonton bahkan di tempat tertentu sekalipun.

Kemudahan yang didapatkan oleh kaum milenial ini, sedikit banyak membuat mereka untuk beralih dari yang semula menggunakan televisi, kini memilih untuk menggunakan aplikasi digital streaming.

Dengan kemudahan itu pula banyak kaum milenial mengaku puas dengan penggunaannya dan secara tidak langsung membentuk preferensi mereka terhadap aplikasi digital streaming.

- c. Variasi tayangan dalam aplikasi digital streaming lebih beragam dibandingkan televisi

Dari wawancara yang telah dilakukan, kelima informan setuju bahwa aplikasi digital streaming mampu menyajikan pilihan tontonan yang lebih banyak karena perpustakaan yang jauh lebih lengkap dibandingkan televisi. Selain itu, aplikasi digital streaming juga menyediakan fitur dimana aplikasi tersebut akan menyesuaikan tontonan sesuai dengan histori tontonan penggunanya.

Seperti pernyataan yang disampaikan oleh informan W, yaitu:

“Di aplikasi streaming itu pilihannya lebih beragam dan sangat variatif, mulai dari konten edukasi sampai drama. Juga algoritma *platform* ini bisa menyesuaikan dengan *history* tontonan kita. Sementara di televisi kontennya begitu-begitu saja, konten edukasi banyak namun konten hiburan seperti drama sangat tidak menarik untuk pasar remaja akhir dan dewasa muda”.

Menurut informan W, aplikasi digital streaming memiliki jumlah tontonan yang jauh lebih lengkap dibandingkan televisi. Tidak

hanya itu, konten yang disediakan di aplikasi digital streaming sangat cocok untuk pengguna dengan rentang usia yang masih muda.

Pernyataan ini sejalan dengan pernyataan salah satu informan A yang mengatakan bahwa:

“Yang jelas kalau di aplikasi streaming itu tontonannya benar-benar dinonton karena sesuai selera, kalau televisi paling saya cuma nonton satu stasiun tv karena stasiun lain tuh gak ada faedahnya, hiburannya juga gak ada, kartun-kartunnya juga gak sebagus yang zaman sekarang”.

Berdasarkan pernyataan tersebut informan A merasa puas dengan perpustakaan aplikasi digital streaming yang lengkap. Sehingga dirinya dapat menemukan berbagai tontonan yang dia sukai dan menurutnya memiliki makna mendalam.

Gambar 4.4. Aktivitas Penggunaan Aplikasi Digital Streaming Oleh Informan A



Sumber data: Data Pribadi Milik Informan A

Tidak hanya itu, peneliti juga menganalisis bahwa kaum milenial tertarik untuk menggunakan aplikasi streaming karena terdapat beberapa tontonan yang eksklusif hanya ada disediakan di *platform* tersebut. Hal inilah yang menyebabkan banyaknya kaum milenial yang mulai beralih dari televisi. Seperti yang disampaikan oleh informan I, yaitu:

“Yang pasti karena banyak program yang tidak tayang di televisi tapi tersedia disana, sehingga saya memutuskan untuk langganan aplikasi streaming ini”.

Hal yang sama juga disampaikan oleh informan AR, bahwa:

“Suka *banget* langganan aplikasi streaming karena suka nonton *Korean variety show* dan yang menyediakan secara lengkap Cuma di aplikasi streaming. Jadi enak kalau mau nonton”.

Gambar 4.5. Tampilan Penggunaan Aplikasi Digital Streaming Oleh Informan AR



Sumber data: Data Pribadi Milik Informan AR

Dengan uraian hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa kaum milenial memilih untuk mulai meninggalkan televisi karena kurangnya tontonan yang variatif dan menghibur. Disaat yang sama, aplikasi digital streaming hadir untuk melengkapi kekurangan yang tidak bisa dihadir televisi berupa tontonan eksklusif dan tentunya lebih beragam.

Kaum milenial sebagai pengguna aplikasi digital streaming, di saat yang sama juga sebagai pengguna aktif media sosial. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, kelima informan mengatakan bahwa ulasan orang-orang yang ada di media sosial terutama di akun twitter @drakorfess_ sama sekali tidak mempengaruhi dalam penggunaan maupun preferensi mereka terhadap aplikasi digital streaming. Seperti yang disampaikan oleh informan W bahwa:

“Tidak. Karena saya pilih untuk berlangganan (yang benar-benar berlangganan seperti Netflix) karena melihat variasi dan kualitas konten didalamnya”.

Informan W memilih untuk berlangganan Netflix karena merasa bahwa konten yang ada di aplikasi tersebut memang dia gunakan karena kualitas dalam aplikasi tersebut, bukan berdasarkan ulasan dari media sosial maupun orang disekitarnya.

Hal serupa juga disampaikan oleh informan A bahwa:

“Saya berlangganan aplikasi masing-masing perbulan itu berbeda. Sesuai dengan drama yang nanti akan saya ikuti. Jadi misalnya ada drama nanti di Disney+ Hotstar, saya pasti jadi langganan aplikasi itu. Tapi kalau misalnya drama tontonanku di

Disney+ Hotstar tidak ada lagi, saya pasti berhenti berlangganan sementara sampai ada tontonan disana”.

Penggunaan aplikasi digital streaming oleh informan A ditentukan berdasarkan keinginannya menonton suatu tontonan, sama sekali tidak berkaitan dengan ulasan yang ada di media sosial terutama akun @drakorfess_.

Pernyataan lain juga disampaikan oleh informan AR yaitu:

“Kalau terpengaruh dari menfess tidak ya, tapi memang ada aplikasi-aplikasi yang lebih saya suka karena saya sendiri yang menggunakan. Bukan berdasarkan *review* dari orang-orang”.

Pendapat informan AR terhadap aplikasi digital streaming dinilai bukan berdasarkan ulasan orang-orang melainkan karena pengalaman dia sendiri selama menggunakan aplikasi tersebut.

Sedangkan dari informan K mengatakan yaitu:

“Tidak karna *budget* yang terbatas. Untuk sehari-hari hanya menonton drama korea selatan yang ada di Disney+ Hotstar. Apabila ada drama yang saya ingin tonton dari *platform* lain, saya baru membeli sewa paket untuk beberapa hari saja. Jadi preferensi orang-orang terhadap aplikasi streaming tidak terjadi pada saya”.

Dari pengakuan informan K, dia mengatakan bahwa dia tidak menggunakan seluruh jenis aplikasi digital streaming yang ada karena biaya yang terbatas. Dia hanya menggunakan aplikasi digital streaming yang disukainya saja, sehingga ulasan orang-orang terhadap jenis aplikasi streaming yang lain tidak mempengaruhinya.

Dari pernyataan para informan tersebut, peneliti melihat bahwa preferensi kaum milenial terhadap aplikasi digital streaming didasari akan pengalaman mereka selama menggunakan aplikasi tersebut.

Bukan karena pendapat orang-orang yang ada disekitarnya maupun melalui media sosial yang aktif mereka gunakan.

Gambar 4.6. Topik Diskusi Seputar Aplikasi Digital Streaming di Akun Twitter @drakorfess_



Sumber data: Media Sosial Twitter @drakorfess_

2. Keterikatan Pengguna dan Kepuasan Penggunaan Aplikasi Digital Streaming

Dalam penggunaan aplikasi digital streaming, para informan memiliki cara tersendiri untuk dapat menikmati dan memenuhi apa yang dibutuhkannya. Kaum milenial ini menganggap bahwa jika aplikasi tersebut dapat membantu dirinya dalam memenuhi kebutuhannya akan hiburan.

Selain itu, para informan juga memiliki keterikatan emosi tertentu terhadap aplikasi digital streaming yang membuat mereka untuk terus bertahan menggunakan aplikasi ini.

Salah satunya adalah informan AR yang menyatakan bahwa aplikasi digital streaming telah menjadi media yang digunakannya sebagai hiburan sekaligus sebagai bagian dari hidupnya.

“Saya melihat bahwa aplikasi streaming video sudah kayak bagian hidup, soalnya saya hobi nonton. Terus juga fitur-fiturnya gampang, tidak seperti dulu sebelum kenal aplikasi-aplikasi ini nonton web bajakan agak merepotkan karena banyak iklannya”.

Informan AR mengatakan jika dirinya telah menganggap aplikasi digital streaming sebagai bagian dari hidupnya, yang harus ada dalam kesehariannya. Selama dirinya menggunakan aplikasi digital streaming, informan AR sadar jika aplikasi digital streaming merupakan sebuah aplikasi yang membantu dirinya untuk dapat menikmati tontonan yang dia sukai. Sehingga informan AR menganggap aplikasi digital streaming dapat memenuhi kebiasaannya akan menonton.

Tidak jauh berbeda dari pernyataan informan AR diatas, informan lainnya yaitu informan A menyatakan bahwa:

“Menurut saya aplikasi ini penting dan hiburan juga buat saya yang daerahnya sulit akses ke bioskop seperti daerah saya di Banda Aceh”.

Informan A menganggap aplikasi digital streaming telah menjadi solusi bagi dirinya yang kesulitan untuk menonton film terbaru karena akses ke bioskop yang susah dicapai. Sehingga dia merasa bahwa aplikasi digital streaming merupakan suatu media yang penting untuk pemenuhan kebutuhannya akan hiburan.

Sedangkan informan lainnya mengatakan bahwa menggunakan aplikasi digital streaming telah menjadi suatu kebiasaan bagi mereka. salah satunya disampaikan oleh informan I, yaitu:

“Jadi salah satu rutinitas nonton. Media hiburan juga, terus kalo nonton acara-acara *holiday* terasa seperti liburan juga. Jadi seperti ikut *refreshing*”.

Gambar 4.7. Aktivitas Penggunaan Aplikasi Digital Streaming Oleh Informan I



Sumber data: Data Pribadi Milik Informan I

Tidak hanya itu, informan lainnya mengatakan bahwa aplikasi digital streaming dapat membantu mereka dalam melepaskan emosinya. Hal ini disampaikan oleh informan W bahwa:

“Sebagai media hiburan, sebenarnya saat ini sumber hiburan tidak hanya dari aplikasi streaming video. Namun memang bisa untuk pereda stress dan senang-senang”.

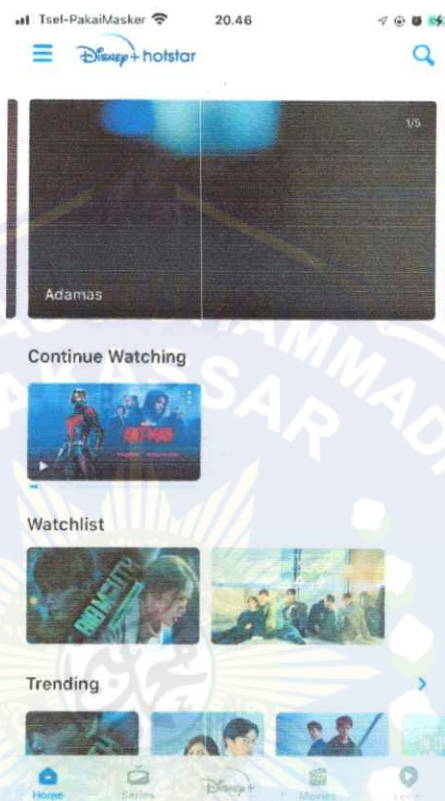
Informan W mengaku bahwa aplikasi digital streaming yang dia gunakan dapat menjadi media untuk pelepas emosi maupun untuk sekedar bersenang-senang. Hal ini membuatnya untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh informan K bahwa:

“Menonton lewat aplikasi streaming sudah menjadi kebiasaan saya apalagi karena saya tinggal sendiri, saat tidak ada teman dan untuk melawan kebosanan saya selalu menonton film atau drama atau series dari aplikasi streaming”.

Dalam kesehariannya, informan K mengatakan jika dirinya menggunakan aplikasi digital streaming sebagai media untuk menghiburnya untuk melawan kebosanan. Hal ini dikatakannya karena dia tinggal seorang diri, dan menjadikan aplikasi digital streaming sebagai pengganti teman.

Gambar 4.8. Aktivitas Penggunaan Aplikasi Digital Streaming Oleh Informan K



Sumber data: Data Pribadi Milik Informan K

Tidak hanya karna keterlibatan emosi dirasakan oleh para informan, penggunaan aplikasi digital streaming yang mereka lakukan juga bisa dilihat dari waktu penggunaannya. Seperti yang disampaikan oleh informan K, bahwa:

“Saya hampir menonton setiap hari dan rata-rata saya menonton 2 episode. Jadi dalam satu hari saya bisa menghabiskan waktu sekitar dua jam”.

Informan K adalah salah satu informan yang mengaku bahwa dia menggunakan aplikasi digital streaming hampir setiap hari dengan rata-rata waktu penggunaan adalah sekitar 2 jam.

Tidak jauh berbeda dari pernyataan informan K, informan lainnya yaitu informan AR menyampaikan bahwa:

“Saya sering menggunakan aplikasi itu. Kalau lagi kuliah biasanya saya pakai tiap *weekend*, itu bisa sekitar 3 jam-an. Kalau lagi libur saya pakai setiap hari, bisa sampai 10 jam perhari”.

Informan AR adalah salah satu pengguna aplikasi digital streaming yang menghabiskan waktunya untuk menggunakan aplikasi tersebut. Berbeda dengan informan sebelumnya, dia mengaku bahwa penggunaan aplikasi tersebut dilakukan tergantung dengan hari. Jika saat itu dia dalam keadaan kuliah, maka penggunaan aplikasi bisa sekitar 3 jam perhari. Tetapi jika dalam keadaan libur, maka penggunaan aplikasi menjadi setiap hari dengan durasi penggunaan bisa mencapai sekitar 10 jam.

Penyataan lainnya juga disampaikan oleh informan A bahwa:

“Dalam sehari saya bisa menghabiskan waktu 2-3 jam paling sedikit. Dan bisa sekitar 5 hari dalam seminggu”.

Informan A mengatakan bahwa dalam menggunakan aplikasi digital streaming, dia mampu menghabiskan waktu paling sedikit sekitar 2 sampai 3 jam dalam sehari. Lalu dalam seminggu penggunaan aplikasi tersebut bisa mencapai 5 hari.

Selain itu, pernyataan lain juga disampaikan oleh informan I, yaitu:

“saya menggunakan aplikasi itu setiap hari kalau ada waktu luang, bisa 2-3 jam perhari”.

Informan I menyampaikan bahwa penggunaan aplikasi digital streaming dia lakukan berdasarkan waktu luang yang dia miliki. Dalam

keadaan tersebut dia bisa menghabiskan waktu sekitar 2 sampai 3 jam dalam sehari.

Pernyataan ini juga tidak jauh berbeda dengan yang disampaikan oleh informan W, bahwa:

“Kalau saya tergantung, biasanya saat waktu luang dan *weekend* bisa 3 kali bisa juga sama sekali tidak membuka jika memang sibuk. Tapi bisa setiap hari atau seharian kalau memang *hooked* dengan series tertentu”.

Informan W mengaku jika dia menggunakan aplikasi digital streaming bergantung pada kondisinya saat itu. Jika dia memiliki waktu luang atau pada saat akhir pekan, dia mampu membuka aplikasi tersebut sebanyak 3 kali dengan durasi penggunaan yang tidak menentu. Tetapi ketika dia menyukai suatu series, dia mampu menghabiskan waktu hingga seharian hanya untuk menonton series tersebut.

Dari semua pernyataan yang telah dipaparkan, peneliti menganalisis bahwa kaum milenial telah menyadari apa yang menjadi kebutuhan mereka dan karena hal tersebut membuatnya untuk terus menggunakan aplikasi digital streaming hingga saat ini.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Preferensi Kaum Milenial Terhadap Aplikasi Digital Streaming

Faktor utama yang menjadi motivasi kaum milenial untuk menggunakan aplikasi digital streaming adalah karena kegemaran mereka akan menonton. Hal inilah yang mendorong mereka untuk

beralih dari televisi untuk mencari aplikasi streaming yang menyediakan bahan tontonan yang lebih banyak sesuai dengan selera masing-masing.

Berdasarkan wawancara yang telah peneliti lakukan, tidak hanya faktor diatas yang mendorong kaum milenial untuk beralih. Namun terdapat juga faktor lain dan secara tidak langsung juga membentuk preferensi kaum milenial tersebut terhadap aplikasi digital streaming. Faktor tersebut antara lain:

a. Kesadaran untuk menonton secara legal

Seiring dengan perkembangan media baru khususnya dalam dunia streaming video, para informan menyadari bahwa kesadaran akan menonton secara legal itu sangat penting. Selain untuk menghargai orang-orang yang terlibat dibalik adanya tontonan tersebut, legalitas juga mendapat perhatian lebih karena hal itu juga berdampak langsung bagi para kru produksi dan pemain.

Tidak hanya itu, para informan juga menginginkan tontonan dengan kualitas yang lebih baik. Setelah sebelumnya mencoba menonton melalui web ilegal, mereka hanya mendapatkan tontonan dengan kualitas rendah dan iklan yang cukup mengganggu. Sehingga para informan kini beralih menggunakan aplikasi digital streaming demi kualitas tontonan yang lebih baik.

b. Fleksibilitas dalam mengakses dan menggunakan aplikasi digital streaming

Aplikasi digital streaming memiliki banyak sekali kemudahan yang menarik para informan untuk menggunakannya. Hal yang paling menarik perhatian adalah fleksibilitas yang ditawarkan aplikasi tersebut, mulai dari pengaplikasian hingga fitur yang disediakan. Aplikasi digital streaming menyediakan fitur *download* yang dapat digunakan untuk mengunduh tontonan yang diinginkan, menyediakan fitur daftar putar dimana para informan dapat memilih dan mengelompokkan tontonan yang disukai atau bergenre serupa dalam daftar putar tersebut.

Salah satunya disampaikan oleh informan K dan informan I yang menggunakan aplikasi digital streaming karena fitur yang terdapat dalam aplikasi tersebut membantu mereka mengakses berbagai tontonan secara bebas dan luas. Tidak hanya mengakses, fitur dalam aplikasi tersebut juga membantu mereka dalam menemukan tontonan yang pas sesuai dengan genre tontonan mereka.

Tidak hanya itu, kemudahan lain yang disediakan oleh aplikasi digital streaming adalah tempat penggunaan aplikasi yang bisa dilakukan dimana saja serta bisa diakses kapan saja. Berdasarkan kemudahan ini, menjadikan aplikasi digital streaming memiliki daya tarik tersendiri bagi para kaum milenial.

Salah satunya disampaikan oleh informan AR yang menggunakan aplikasi digital streaming karena kemudahan tersebut, sehingga memudahkan dirinya untuk mengakses aplikasi digital streaming tanpa harus kembali ke rumahnya dan bisa diakses lewat apa saja.

Dengan segala kemudahan tersebut, membuat mereka dari yang semula menggunakan televisi kini beralih menggunakan aplikasi digital streaming dan terus bertahan hingga saat ini.

- c. Variasi tayangan dalam aplikasi digital streaming lebih beragam dibandingkan televisi

Selain fitur yang lengkap, para informan juga beralih ke aplikasi digital streaming karena perpustakaan tontonan yang sangat lengkap, baik dari film atau drama Indonesia, barat, maupun tontonan-tontonan asia yang saat ini mulai banyak disukai khalayak secara umum.

Informan A dan W memutuskan untuk mulai beralih karena mereka menemukan bahwa aplikasi digital streaming lebih mampu dalam memberikan tontonan yang lebih beragam. Hal ini yang menjadi daya tarik tersendiri bagi mereka untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.

Selain itu, aplikasi digital streaming juga menyediakan berbagai jenis tontonan yang hanya tersedia secara eksklusif di aplikasi tersebut. Dengan adanya konten tersebut, kini banyak kaum milenial

yang mulai menggunakan aplikasi tersebut demi konten yang menarik dan kualitas tayangan yang lebih baik.

Secara tidak langsung, aplikasi digital streaming menjadi media bagi mereka untuk mengekspresikan diri melalui tontonan yang didapatkannya.

Berdasarkan ketiga faktor tersebut, peneliti melihat bahwa kaum milenial memilih untuk menggunakan aplikasi digital streaming karena telah mengetahui apa yang dibutuhkannya. Kaum milenial menggunakan aplikasi digital streaming karena telah menganggap jika aplikasi tersebut dapat membantu mereka dalam memenuhi kebutuhan akan hiburan.

Berangkat dari konsep tersebut, pilihan media yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan kaum milenial tersebut yang memilih untuk menggunakan aplikasi digital streaming merupakan fenomena yang bergeser dari yang semula menonton secara konvensional kini beralih menonton secara digital karena adanya ekspektasi gratifikasi yang mempengaruhi perubahan pola pilihan media.

Hal ini sejalan dengan teori *uses and gratifications* yang digagas oleh Blumber dan Katz dimana khalayak memainkan peran aktif dalam memilih dan menggunakan suatu media. Khalayak berusaha untuk mencari media mana yang paling baik dalam usahanya untuk mencapai tujuan yang diinginkannya (Humaizi, 2018).

Menurut teori ini, khalayak juga mempunyai kebebasan dalam menentukan bagaimana mereka menggunakan media dan bagaimana media tersebut berdampak bagi dirinya. Dengan kata lain, khalayak bertanggung jawab atas pilihannya sendiri.

Para kaum milenial berusaha untuk memenuhi kebutuhan mereka akan hiburan melalui tontonan, mereka bahkan rela mengeluarkan sejumlah biaya untuk bisa mengakses semua fitur yang terdapat dalam aplikasi digital streaming tersebut. Seperti yang dilakukan oleh seluruh informan yaitu memilih untuk berlangganan aplikasi digital streaming tiap bulannya agar dapat mengakses keseluruhan fitur sesuai kebutuhannya.

Menurut Katz et.al (Humaizi, 2018), terdapat beberapa kebutuhan-kebutuhan yang berusaha dipenuhi oleh khalayak dan dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu:

- a. Kognitif, keinginan untuk memahami dan menguasai sekitar serta memenuhi perasaan ingin tahu.
- b. Afektif, berkaitan dengan estetika, keindahan dan pengalaman emosi. Keindahan dan hiburan merupakan emosi dan dapat dipenuhi melalui media
- c. Integratif individu, keperluan yang berdasar dari keinginan individu untuk mencapai *self-esteem*.
- d. Integratif sosial, berkaitan dengan pengukuhan hubungan dengan keluarga, kawan dan dunia sekitar.

- e. Pelepasan (Escapism), keperluan melepaskan emosi guna menghilangkan atau mengurangi tekanan dan keinginan menghindar dari masalah yang dihadapi.

Kaum milenial pada dasarnya menggunakan aplikasi digital streaming untuk memenuhi kebutuhan afektif dan pelepasan dimana mereka menonton untuk hiburan dan sebagai pelepas emosi. Namun akibat fitur aplikasi digital streaming yang memberikan pengalaman berbeda kepada tiap penggunanya membuat adanya perbedaan kebutuhan yang dipenuhi.

Penggunaan aplikasi digital streaming yang dilakukan oleh kaum milenial ini, tidak hanya sejalan dengan teori *uses and gratifications* tetapi juga pada teori media baru (*new media*).

Teori media baru adalah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy. Teori ini menjelaskan tentang perkembangan media. Dimana ada dua perspektif tentang teori media baru ini. Pertama, perspektif interaksi sosial yaitu yang membedakan media karena kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy mengemukakan bahwa World Wide Web (WWW) adalah lingkungan informasi yang fleksibel, dinami dan terbuka yang memungkinkan orang untuk mengembangkan pengetahuan baru dan berpartisipasi dalam dunia yang berbasis komunitas, lebih interaktif dan demokratis. Sedangkan pendekatan kedua bertujuan untuk integrasi sosial, tetapi media adalah ritual. Ketika media menjadi kebiasaan, formal, dan memiliki nilai lebih besar

daripada penggunaan media itu sendiri atau bagaimana orang menggunakannya sebagai sebuah sarana untuk menciptakan masyarakat. Dalam beberapa hal, media baru bahkan menghubungkan masyarakat (Feroza & Misnawati, 2020).

Dari teori ini peneliti melihat aplikasi digital streaming sebagai salah satu media baru memungkinkan untuk bisa terkoneksi dengan dimana saja dan mendapatkan informasi dari seluruh penjuru belahan dunia dengan cepat.

Karena penelitian ini erat kaitannya dengan media baru, maka peneliti menganggap bahwa teori *uses and gratifications* adalah teori yang pas untuk penelitian ini. Hal ini akibat teori *uses and gratifications* mampu menjawab atau memecahkan kasus yang berhubungan dengan media massa. Internet dan jenis media lain sebagai media baru juga termasuk di antara media massa. Apalagi mengingat konvergensi yang akhir-akhir ini mulai marak. Banyak media massa elektronik dan cetak seperti e-paper, streaming, dll mulai merambah dunia internet. Mereka memudahkan orang untuk mendapatkan informasi di mana-mana daripada media lain. Dalam hal ini disebabkan oleh karakteristik media massa. Pada dasarnya, selalu membawa pendekatan yang mutakhir pada tahap awal setiap media komunikasi massa baru (Humaizi, 2018).

Sejumlah kajian di bidang teknologi media baru (internet) dengan teori use and gratification menunjukkan bahwa media baru (internet) juga termasuk media massa, karena use and gratification itu sendiri

merupakan teori yang mengarah pada pemecahan masalah dalam komunikasi massa.

Ruggiero (Humaizi, 2018) merumuskan tiga karakteristik dari komunikasi berbasis komputer (internet) yang harus diteliti oleh peneliti berbasis uses and gratifications, yaitu:

- a. *Interactivity*, berarti keadaan di mana orang-orang dalam proses komunikasi berada dalam kendali dan dapat bertukar peran dalam proses tersebut (komunikator - komunikan).
- b. *Demassification*, fitur yang memungkinkan pengguna media individu untuk memilih dari menu yang sangat luas/bervariasi. Dalam hal ini, tidak seperti media tradisional lainnya, Internet memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan berita dengan kebutuhan mereka.
- c. *Asynchroneity*, artinya pesan yang dikirim oleh media internet dapat menghubungkan komunikator dan komunikan pada waktu yang berbeda, namun tetap berinteraksi dengan nyaman. Orang bebas mengirim, menerima, dan menyimpan pesan. Untuk media televisi, *asynchronous* artinya individu dapat menyimpan program televisi dan menontonnya kembali di lain waktu.

Penggalan informasi seputar penggunaan aplikasi digital streaming oleh para informan juga berkaitan dengan mereka sebagai pengguna aktif media sosial, khususnya media sosial twitter. Seluruh informan menyatakan bahwa mereka sama sekali tidak terpengaruh dengan ulasan

mengenai aplikasi digital streaming, baik dari segi kualitas maupun kuantitas dan tetap menggunakan aplikasi tersebut untuk memenuhi kebutuhannya akan media hiburan dan gratifikasi yang diharapkannya.

Seperti informan AR yang mengaku bahwa preferensi dirinya terhadap aplikasi digital streaming terbentuk berdasarkan pengalaman dirinya selama menggunakan, bukan berdasarkan ulasan para pengguna media sosial.

Begitu juga dengan informan A yang memilih menggunakan aplikasi digital streaming karena konten yang ingin ditontonnya tayang di aplikasi tersebut. Jadi pendapat orang-orang disekitarnya maupun dalam media sosial, khususnya akun twitter sama sekali tidak membuatnya terpengaruh.

2. Keterikatan Pengguna dan Kepuasan Penggunaan Aplikasi Digital Streaming

Keterikatan kaum milenial terhadap aplikasi digital streaming, selain untuk memenuhi kebutuhannya juga karena adanya nilai harapan terhadap aplikasi digital streaming dan gratifikasi atau tujuan yang mampu terpenuhi dengan menggunakan aplikasi tersebut. Hal inilah yang menjadi alasan mengapa mereka masih terus bertahan untuk menggunakannya.

Kaum milenial yang melibatkan emosi dalam penggunaan aplikasi digital streaming ternyata mampu menciptakan rasa kedekatan pada pengguna sehingga menimbulkan gratifikasi yang dapat dirasakan.

Seperti informan W, I dan K yang telah menunjukkan jika aplikasi digital streaming sebagai media pelepas emosi bahkan telah menganggapnya seperti teman. Ditambah dengan kelengkapan fitur yang dimiliki aplikasi tersebut membuat mereka merasa nyaman dan semakin percaya bahwa aplikasi digital streaming dapat menyediakan apa yang mereka butuhkan.

Informan lainnya, yaitu informan A yang menggunakan aplikasi digital streaming karena kesulitan akses bioskop menjadikan aplikasi digital streaming sebagai pemecahan masalah sekaligus harapan bagi dirinya untuk memenuhi kebutuhannya akan dunia hiburan.

Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa terpenuhinya kategori kebutuhan afektif dan pelepasan (*escapism*) yang telah dijelaskan oleh Katz et.al serta terpenuhinya kebutuhan psikis dari kaum milenial tersebut. Keterlibatan emosi dalam penggunaan aplikasi digital streaming membawa pengaruh besar terhadap gratifikasi yang bisa diperoleh.

Pengaruh akan adanya aktivitas penggunaan dan nilai harapan yang membentuk untuk bisa mendapatkan gratifikasi yang diharapkan ini, juga sejalan dengan penjelasan Rosengren dkk (Humaizi, 2018) yang menghasilkan enam kategori identifikasi terhadap hasil pengujian asumsi-asumsi Katz et.al, yaitu:

a. Asal usul sosial dan psikologis gratifikasi media

Media berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan dan keperluan individu-individu, yang tumbuh didasarkan atas nilai lokalitas dan relasi sosial individu-individu tersebut.

b. Pendekatan nilai pengharapan

Kepercayaan terhadap suatu media tertentu menjadi faktor signifikan dalam hal pengharapan terhadap suatu media. Jika individu memilih di antara berbagai alternatif media, maka mereka harus memilih media yang memungkinkan untuk memperoleh kebutuhan tersebut.

c. Aktifitas audiens

Perbedaan gratifikasi individu dipengaruhi dari persepsi audiens terhadap gratifikasi yang didapatkan, selain itu orientasi audiens dan jadwal aktivitas serta aktivitas non media juga ikut andil dalam hal ini.

d. Gratifikasi yang dicari dan yang diperoleh

Pencarian gratifikasi merupakan tujuan seseorang dalam penggunaan media berdasarkan motif tertentu (kebutuhan). Sedangkan gratifikasi yang diperoleh merupakan kepuasan yang didapatkan atas terpenuhinya kebutuhan individu setelah menggunakan media. Dalam hal ini, terdapat tiga kategori bentuk kepuasan yaitu : puas, biasa saja, dan tidak puas.

e. Gratifikasi dan konsumsi media

Seorang individu hanya akan memilih media yang dapat meningkatkan kepuasan kebutuhannya akan suatu jenis media dan begitupun sebaliknya.

f. Gratifikasi dan efek yang diperoleh

Uses and effects menunjukkan bahwa kebutuhan hanyalah salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Faktor lain yang membawa individu kepada keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan isi media massa adalah karakter individu, harapan dan persepsi terhadap media, dan tingkat akses kepada media.

Dari semua penjelasan dari hasil penelitian tersebut, peneliti melihat bahwa teori *uses and gratifications* menganggap bahwa media sebagai peranan penting dalam kehidupan sosial. Tidak hanya sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan informasi tetapi juga bisa dijadikan teman. Teori ini merupakan teori yang menjelaskan dengan tepat tentang interaksi yang terjalin antara khalayak audiens dan media.

**Gambar 4.9. Aktivitas Penggunaan Aplikasi Digital Streaming
Oleh Informan W**



Sumber data: Data Pribadi Milik Informan W

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Preferensi kaum milenial terhadap aplikasi digital streaming terbentuk karena adanya beberapa faktor Kaum milenial menggunakan aplikasi digital streaming karena telah menganggap jika aplikasi tersebut dapat membantu mereka dalam memenuhi kebutuhan akan hiburan. Kaum milenial sebagai pengguna aktif media sosial juga tidak terpengaruh terhadap ulasan mengenai aplikasi digital streaming dan tetap menggunakan aplikasi tersebut untuk memenuhi kebutuhannya akan media hiburan dan gratifikasi yang diharapkannya.
2. Keterikatan kaum milenial terhadap aplikasi digital streaming karena adanya nilai harapan terhadap aplikasi digital streaming dan gratifikasi atau tujuan yang mampu terpenuhi dengan menggunakan aplikasi tersebut. Kaum milenial juga melibatkan emosi dalam penggunaan aplikasi digital streaming sehingga menciptakan rasa kedekatan yang menimbulkan gratifikasi bagi pengguna.

B. Saran

Terkait dengan kesimpulan penelitian ini, maka terdapat beberapa hal yang disarankan oleh peneliti, yaitu:

1. Penelitian ini dapat dikembangkan dengan menggunakan kerangka analisis yang berbeda ataupun subjek penelitian yang berbeda. Hal tersebut untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih beragam sehingga berguna bagi kemajuan ilmu pendidikan serta masyarakat.
2. Dalam penggunaan teknologi dan media sosial, diharapkan agar kaum milenial lebih bijak dalam melihat dampak positif maupun negatif untuk menghindari penyalahgunaan teknologi yang dapat menimbulkan dampak negatif.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ardianto, E., & Erdinaya, L. K. (2004). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, B. (2017). *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* (Kedua). Jakarta: Kencana.
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hamidati, A. (2011). *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. Medan: USU Press.
- Krisyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Yogyakarta: Kencana Perdana Media Group.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal:

- Abdullah, A., & Puspitasari, L. (2018). Media Televisi Di Era Internet. *ProTVF*, 2(1), 101–110.
- Edwin, J., & Irwansyah, I. (2021). Motivasi Milenial Menonton Layanan Streaming. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(1), 77–100.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32–41.
- Haqqu, R., & Ersyad, F. A. (2020). Eksistensi media televisi di kalangan remaja. *Dinamika Sosial Budaya*, 22(1), 38–44.
- Harahap, H. (2017). Preferensi Media Masyarakat Jabodetabek Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 21(1), 43–58.

- Hasan, V. A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Willingness To Subscribe: Telaah Pada Layanan Video On Demand Netflix. *Jurnal Manajemen*, 9(1), 22–38.
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 240–249.
- Novitasari, S. (2020). Pengaruh Media Sosial Twitter @Womanfeeds_id Terhadap Perilaku Konsumtif Followers. *Jom Fisip*, 7(II), 1–11.
- Prabowo, A. (2012). Era Penyiaran Digital: Pengembangan atau Pemberangusan TV Lokal dan TV Komunitas? *Jurnal Komunikasi*, 1(4), 301–314.
- Priyanti, I. M. (2021). *Milenial Dan Aplikasi Streaming Musik (Studi Fenomenologi Penggunaan Aplikasi Spotify Dikalangan Milenial)*. Universitas Pertamina.
- Putra, R. R., & Hidayat, Z. (2022). Komunikasi Pemasaran Layanan Video Streaming Dan on Demand Mnc Group (Studi Kasus: Aplikasi Rcti+). *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(1), 2255–2269.
- Siregar, A. H. (2020). *Persepsi Mahasiswa Terhadap Platform Film Di Smartphone (Studi Deskriptif Kuantitatif Persepsi Mahasiswa FISIP USU Terhadap Platform Film di Smartphone)*. Universitas Sumatera Utara.
- Wono, H. Y. (2018). Preferensi Mahasiswa Terhadap Marketing Communication Mix. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 2(1), 62–75.

Sumber Lain:

- IDN Research Institute. 2019. Televisi, Media Paling Banyak Dikonsumsi Milenial Indonesia. [Halaman Web].
Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/01/16/televisi-media-paling-banyak-dikonsumsi-milenial-indonesia>
- Kumparan. 2021. Demam Streaming di Tengah Pandemi. [Halaman Web].
Diakses dari <https://kumparan.com/amp/data-driven-storytelling/demam-streaming-di-tengah-pandemi>
- Teknologipintar. 2020. 7 Layanan Streaming Film VOD Android yang Tersedia Di Indonesia. [Halaman Web].
Diakses dari <https://www.teknologipintar.com/2020/08/video-on-demand-indonesia.html?m=1>

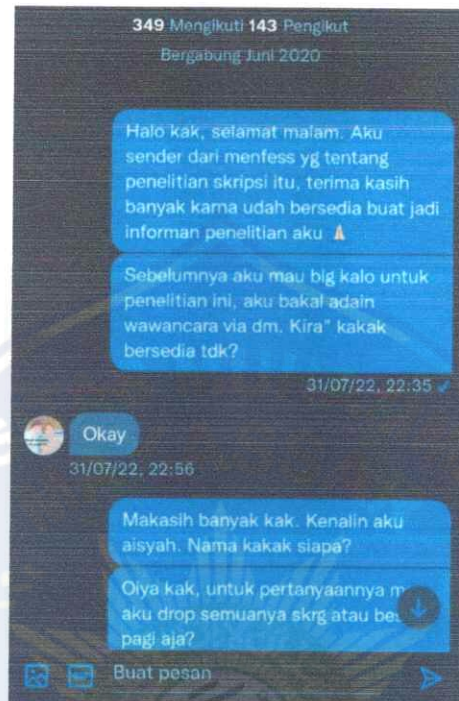


LAMPIRAN-LAMPIRAN

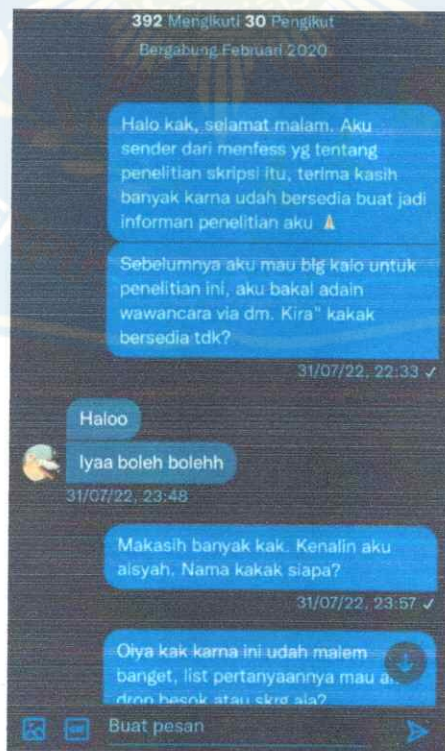
LIST PERTANYAAN WAWANCARA

1. Sejak kapan menggunakan aplikasi streaming video dan apa alasan untuk menggunakannya?
2. Untuk sekarang, kenapa masih tetap bertahan menggunakan aplikasi streaming video ini?
3. Dari sekian banyak jenis aplikasi streaming video (seperti Netflix, Viu, dan sebagainya), mana yang paling sering saudara gunakan?
4. Menurut saudara, apa kelebihan aplikasi streaming video ini kalau dibandingkan dengan televisi?
5. Selain untuk menonton drama korea selatan, apakah saudara juga menggunakan aplikasi streaming video ini untuk menonton drama atau film dari negara lain?
6. Seberapa sering saudara mengakses aplikasi digital streaming ini? Dan biasanya berapa lama durasi saat saudara mengakses aplikasi tersebut?
7. Bagaimana saudara melihat aplikasi digital streaming video ini? Atau menurut saudara seperti apa aplikasi ini dan apakah aplikasi ini memiliki posisi atau bagian tertentu dalam hidup anda?
8. Selama menjadi *followers* dari akun twitter @drakorfess_, apakah *tweet* atau diskusi yang ada di akun ini mempengaruhi pandangan saudara terhadap berbagai jenis aplikasi streaming video maupun dalam memilih aplikasi mana yang saudara akan gunakan?

(Contoh: saya lebih tertarik pakai aplikasi X dibandingkan aplikasi Y karena *review* orang-orang di akun tersebut).



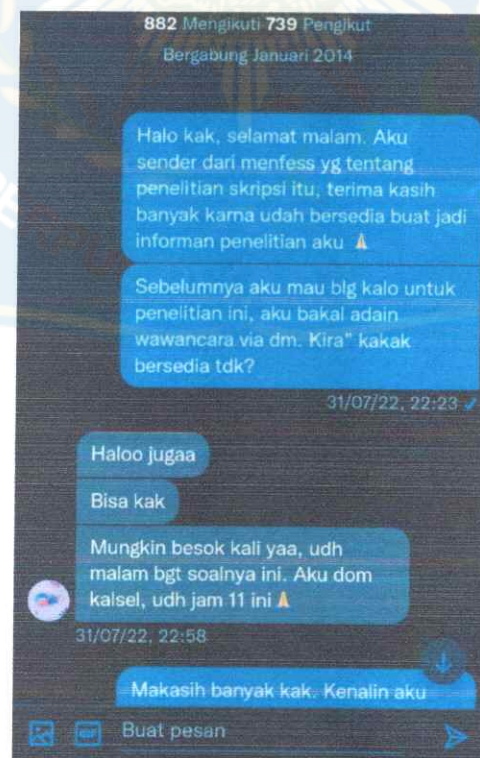
Wawancara Dengan Informan W



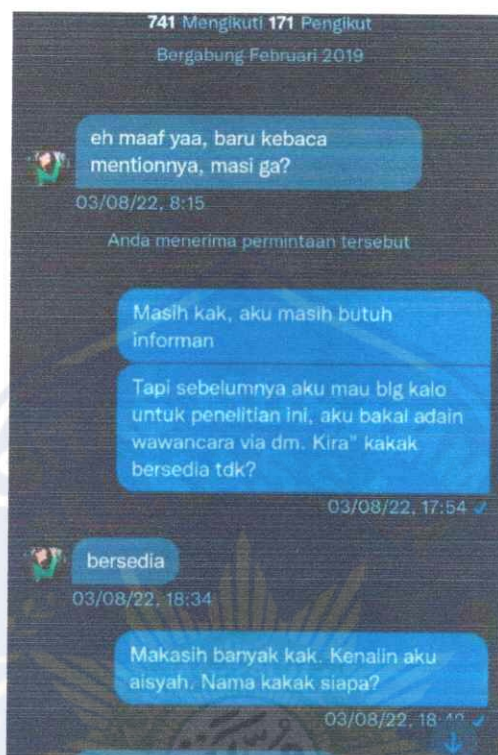
Wawancara dengan Informan K



Wawancara Dengan Informan A



Wawancara Dengan Informan I



Wawancara Dengan Informan AR



Akun Twitter @drakorfess_

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Aisyah Milsya Maghfirah, dilahirkan di Makassar pada tanggal 27 Maret 2000 merupakan anak ketiga dari pasangan Anshar dan Rahmawati. Penulis beragama Islam dan tinggal di Benteng, Kabupaten Kepulauan Selayar, Provinsi Sulawesi Selatan. Jenjang pendidikan penulis yaitu menyelesaikan pendidikan di TK Pertiwi Benteng pada tahun 2006, SD Inpres Benteng I pada tahun 2012, SMP Negeri 1 Benteng pada tahun 2015, SMA Negeri 1 Selayar pada tahun 2018 dan melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi tepatnya di Universitas Muhammadiyah Makassar, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi. Penulis juga aktif dalam dunia organisasi untuk mengembangkan kemampuan dan pengalaman penulis.

Penulis sangat bersyukur diberi kesempatan oleh Allah SWT untuk memperkaya ilmu yang akan menjadi bekal masa depan. Penulis berharap mampu melanjutkan pendidikan di tingkat selanjutnya dan mampu mengamalkan ilmu terkhusus bidang keilmuan Ilmu Komunikasi yang telah diperoleh dengan sebaik-baiknya. Membahagiakan orang tua dan keluarga serta berusaha menjadi manusia yang berguna bagi agama, keluarga, masyarakat bangsa dan negara.