

Preferensi Kaum Milenial Terhadap Aplikasi Digital Streaming (Studi Pada Followers Media Sosial Twitter @Drakorfess_)

Aisyah Milsya Maghfirah¹⁾, Syukri²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Makassar

*E-mail: milsvaaisyah@gmail.com

Abstract

Subscription video-on-demand (SVOD) is a video streaming service that offers an interactive way of watching and uses algorithms to present a catalog of content such as films, series and documentaries. This research aims to find out the preferences of Twitter social media followers @drakorfess_ as millennials when using digital streaming applications that encourage them to continue. This type of research is qualitative research with descriptive research type. Data collection techniques through interviews and documentation with a total of 5 informants. The research results show that millennials' preferences for digital streaming applications are formed due to several factors, namely awareness of legal viewing, which occurs in accessing and using digital streaming applications, the variety of shows in digital streaming applications is more diverse than on television. This research also found that millennials are interested in digital streaming applications because of the value of hope for digital streaming applications and the gratification or goals that can be fulfilled by using these applications.

Keywords: *Digital Streaming Applications, Preferences, Millennials*

Abstrak

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

1. Pendahuluan

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, 2011) 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 (Valiant, 2020).

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 (Permana & Mahameruaji, 2019). 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 kelebihannya (Pamuji, n.d.).

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 (Satriayuda, 2024). 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 karena 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 penggunaannya untuk mengirim pesan dan membaca pesan hingga 140 karakter.*

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

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan kurang lebih selama 2 bulan, mulai dari bulan Juni hingga Agustus 2022. Lokasi penelitian akan dilakukan di Kota Makassar. Jenis penelitian yang digunakan metode kualitatif pendekatan deskriptif, adapun sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Informan penelitian Pada penelitian ini peneliti menggunakan kaum milenial yang aktif menggunakan aplikasi digital streaming dan juga aktif dalam menggunakan media sosial twitter atau dalam hal ini adalah *followers* akun twitter @drakorfess_.. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi dan wawancara, teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik pengabsahan data yaitu *credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas), dan *confirmability* (obyektivitas).

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menemukan bahwa kaum milenial cenderung memilih aplikasi digital streaming karena beberapa faktor penting. Pertama, kesadaran untuk menonton secara legal menjadi alasan utama mereka beralih dari platform ilegal. Para informan menyadari pentingnya mendukung para sineas

dengan menonton melalui platform yang sah, yang juga menawarkan kualitas tayangan yang lebih baik. Selain itu, fleksibilitas dalam penggunaan aplikasi digital streaming sangat menarik bagi mereka. Aplikasi ini menyediakan fitur-fitur yang memudahkan, seperti pengaturan kecepatan, bookmark, dan kemampuan untuk menonton kapan saja dan di mana saja. Dengan fitur-fitur tersebut, para informan merasa lebih nyaman dan puas dibandingkan dengan menggunakan televisi, yang dianggap kurang variatif dan tidak memenuhi kebutuhan hiburan mereka.

Selain itu, penelitian ini juga mengungkapkan bahwa kaum milenial memiliki keterikatan emosional yang kuat dengan aplikasi digital streaming. Mereka melihat aplikasi ini sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari, yang tidak hanya memenuhi kebutuhan hiburan, tetapi juga membantu mengatasi kebosanan dan melepaskan stres. Beberapa informan bahkan menghabiskan waktu hingga berjam-jam setiap hari untuk menonton melalui aplikasi ini, tergantung pada situasi dan rutinitas mereka. Penggunaan aplikasi ini didorong oleh pengalaman pribadi mereka, bukan oleh ulasan media sosial, yang menunjukkan bahwa preferensi mereka terbentuk secara mandiri berdasarkan kebutuhan dan kepuasan pribadi. Dengan demikian, aplikasi digital streaming telah menjadi media hiburan utama bagi kaum milenial, menggantikan televisi yang dianggap tidak lagi relevan.

Berdasarkan dari hasil penelitian maka ditemukan bahwa;

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.

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. Ko/gnitif, 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 penguatan hubungan dengan keluarga, kawan dan dunia sekitar.
- e. Pelepasan (Escapism), keperluan melepaskan emosi guna menghilangkan atau

Mengurangi tekanan dan keinginan menghindari 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 penggunaanya 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).

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa 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. 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.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kami ucapkan kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penelitian ini, semoga kebaikan selalu tertuju pada kita semua dan semoga yang kita lakukan selalu menjadi ladang amal bagi kita didunia ini.

Daftar Pustaka

- Abdullah, A., & Puspitasari, L. (2018). Media televisi di era internet. *ProTVF*, 2(1), 101.
- Edwin, J., & Irwansyah, I. (2021). Motivasi Milenial Menonton Layanan Streaming. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(1), 77-100.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu komunikasi teori dan praktek*.
- 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.
- Hasan, V. A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Willingness To Subscribe: Telaah Pada Layanan Video On Demand Netflix. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 22-38.
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. USU Press.
- Pamuji, E. (n.d.). *hasil cek plagiasi: Media Cetak VS Media Online (Perspektif Manajemen dan Bisnis Media Massa)*.
- Permana, R. S. M., & Mahameruaji, J. N. (2019). Strategi pemanfaatan media baru NET. TV. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 23(1), 21-36.
- Prabowo, A. (2012). Era penyiaran digital: pengembangan atau pemberangusan TV

- lokal dan TV Komunitas? *Jurnal Aspikom*, 1(4), 301-314.
- Satriayuda, L. R. (2024). *ANALISIS USER EXPERIENCE PADA LAYANAN STREAMING DISNEY+ HOTSTAR DENGAN METODE HEART FRAMEWORK*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- 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.
- Valiant, V. (2020). Instagram Sebagai Media Eksistensi Diri. *Perpustakaan Fikom UPI YAI*.