



## *FoMO dalam Kebiasaan Generasi Z Menonton Platform Streaming*

Suciani, Ayu Rahma Hamida\*

*Program Studi Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi InterStudi Jakarta Indonesia*

### ARTICLE INFO

**Article history :**

Received : 22/06/2022

Revised : 12/12/2022

Published : 18/12/2022



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike4.0 International License..

Volume : 2  
No. : 2  
Halaman : 75 - 88  
Terbitan : **Desember 2021**

### ABSTRAK

Pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan sampai 73.7 % atau sama dengan 196.7 juta pengguna. FoMO didefinisikan sebagai pengalaman berharga seseorang, namun pengalaman tersebut tidak semua orang memilikinya. FoMO memiliki ciri khas yang ingin terus menerus terhubung dengan kegiatan orang lain. Konsep dari pada penelitian ini adalah Platform Streaming, kebiasaan menonton, jenis program, FoMO, generasi Z, dependency Theory. Paradigma yang digunakan adalah positivisme, Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif. Penentuan sampel dilakukan dengan total sampling. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antar variabel, yaitu variabel independen yaitu Penonton Platform Streaming terhadap variabel dependen yaitu Pengalaman FoMO. Sedangkan sisanya sekitar 43% dipengaruhi oleh pengalaman-pengalaman lainnya. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh Penonton Platform Streaming terhadap Pengalaman FoMO secara Signifikan.

**Kata Kunci :** Platform Streaming; Kebiasaan Menonton; FoMO.

### ABSTRACT

Internet users in Indonesia have increased to 73.7% or equal to 196.7 million users. FoMO is defined as someone's valuable experience, but that experience not everyone has. FoMO has a characteristic that wants to be continuously connected with other people's activities. The concepts of this research are Streaming Platforms, viewing habits, types of programs, FoMO, generation Z, dependency theory. The paradigm used is positivism. This study uses an explanatory quantitative approach. Determination of the sample is done by total sampling. This research was conducted to determine the causal relationship between variables, namely the independent variable, namely Streaming Platform Viewers, to the dependent variable, namely FoMO Experience. While the remaining 43% is influenced by other experiences. The results of the hypothesis test show that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. This means that there is a significant influence of Streaming Platform Viewers on the FoMO Experience.

**Keywords :** Streaming Platform; watching habits; FoMO,

@ 2022 Jurnal Riset Manajemen Komunikasi Unisba Press. All rights reserved.

## A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi membawa perubahan pada masing-masing individu khususnya cara berkomunikasi dengan orang lain. Di Indonesia dengan adanya wabah virus corona (Covid-19) membuat peningkatan yang sangat signifikan terhadap pemakaian internet. Menurut survei yang dilakukan oleh asosiasi providers Internet di Indonesia (the Indonesian Internet Service Providers Association (APJII)) pada tahun 2020, setidaknya pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan sampai 73.7 % atau setara dengan 196.7 juta pengguna (APJII 2020a).

Perkembangan internet yang semakin pesat banyak dimanfaatkan masyarakat untuk memiliki toko dan berbelanja online. Serta menonton pun sekarang dapat dilakukan secara online (streaming). Hal ini membuat perubahan yang sangat signifikan terhadap perilaku demografis masyarakat Indonesia. Menurut penelitian yang dilakukan oleh We are social, yang bekerjasama dengan media asing Hootsuite, pada tahun 2018 rata-rata waktu yang dihabiskan oleh masyarakat Indonesia sekitar 3,9 jam hanya untuk browsing dan mengakses media sosial milik mereka (Kompas.com 2018).

Selain mengalami pergeseran zaman teknologi yang signifikan, dari analog ke digital, perubahan penonton televisi pun mengalami perubahan, dari terrestrial ke digital sehingga perubahan itu pun berdampak pada audiens yang juga mengalaminya. Sekarang dengan adanya tren streaming audiens pun bergeser ke platform streaming (Rukman Pala 2017).

Terdapat 57,2% Gen Z yang menggunakan smartphone dalam mengakses layanan streaming video/TV dengan rata-rata per bulannya menghabiskan hingga \$ 33,58 atau setara dengan Rp.472.302, (Herfianto 2020).

Terkait dengan audiens di Indonesia, riset dari (Rukman Pala 2017) tentang pertelevisian di Indonesia menunjukkan bahwa ada aktivitas menonton yang dilakukan oleh khalayak secara konvensional maupun nonkonvensional (Rukman Pala 2017).

Secara umum menurut (Rukman Pala 2017) sejumlah 88,6% responden Indonesia menonton televisi konvensional, sementara 11,4% lainnya menonton televisi secara nonkonvensional. Mereka juga menghabiskan waktu menonton mereka dalam sehari sekitar kurang lebih 3 - 4 jam setiap harinya (Rukman Pala 2017).

Berdasarkan aspek perpindahan transisi teknologi sekarang ini, khalayak tidak lagi menonton televisi di satu tempat saja, namun mereka dapat menonton streaming melalui smartphone, laptop, komputer dan televisi portable atau aplikasi streaming yang mereka miliki, mereka dapat menonton dimana dan kapan saja selama ada koneksi internet (Jhon Vivian 2015).

Generasi Z yang sudah akrab dengan teknologi canggih seperti sekarang, sangat mudah menggunakan cara-cara lain agar tetap dapat menonton program kesukaan mereka.

Generasi Z dikenal lebih individu, lebih global, lebih terbuka, dan sangat cepat masuk ke dalam dunia pekerjaan, memiliki jiwa entrepreneur, dan yang paling penting generasi Z lebih ramah dengan teknologi. Mereka sangat paham dengan teknologi yang baru bermunculan (Permana, Abdullah, and Mahameruaji 2019).

Data laporan survei Internet (Prasetyo Herfianto, 2020) APJII 2019-2020 (Q2) menunjukkan bahwa pengguna internet terbanyak berada di kisaran usia 10-24 tahun. Sebanyak 49,3% responden menjawab menonton video online sebagai konten internet hiburan yang paling sering dikunjungi (APJII 2020b). Temuan tersebut selaras dengan paparan dari Nielsen working group for TV programming (Nielsen 2020) tentang Generasi Z (usia 10-24 tahun) yang merupakan "The Next Generation of Consumers". Survei Nielsen menyebutkan 86% responden usia Generasi Z menggunakan Internet untuk belajar Online, bermain games, Blogging, mencari kerja, dan mengakses konten video untuk hiburan dengan rata-rata lama waktu 4 jam dalam sehari (Nielsen 2020).

Laporan Nielsen juga menyampaikan karakteristik generasi Z yang merupakan generasi Tech Savvy, suka mempelajari teknologi dan suka merekomendasikan teknologi yang mereka sukai ke orang lain (Nielsen 2020).

Masalah yang dapat muncul dalam penggunaan teknologi khususnya internet dikenal dengan istilah PIU (Problematic Internet Use). Salah satunya adalah FoMO atau takut kehilangan (Atika Rusyda 2021). FoMO didefinisikan bahwa orang lain mungkin memiliki pengalaman berharga yang tidak dimiliki orang lain, FoMO memiliki ciri khas yang ingin terus menerus terhubung dengan kegiatan orang lain (Przybylski et al. 2013b).

Przybylski tidak hanya mencetuskan definisi fenomena FoMO namun juga mengkoneksikannya dengan media online dan dikembangkan dalam skala FoMO (Jupowicz-Ginalska 2020).

Fenomena FoMO ini juga banyak terjadi di kalangan remaja Indonesia, berdasarkan pernyataan dari Dokter Rumah Sakit Cipto Mangunkusumo (RSCM) Dr. dr. Kristiana Siste, SP. KJ (K) bahwa fenomena tersebut terus meningkat baik di kalangan orang dewasa maupun remaja dan juga anak-anak. Peningkatannya hingga 19,3% dari 2.933 remaja di 33 propinsi di Indonesia yang dilakukan riset, 59% diantaranya mengaku mengalami peningkatan durasi menonton atau online setiap harinya (Kompasiana 2021). Hasil penelitian selama April 2020 hingga Juni, ditemukan bahwa 67% orang tua mengaku kesulitan merawat anak selama masa pandemi covid-19, akibatnya, konflik anak dan orang tua menjadi banyak. Hal ini menjadi akibat dari pandemi yang membuat banyak orang dengan kondisi mental yang tidak sehat, begitupun dengan remaja pada saat ini, banyak remaja memiliki kondisi mental yang tidak sehat (Kompasiana 2021).

Selain itu, sebagai salah satu contoh fenomena yang sering terjadi di sekitar kita, adalah ketika seorang teman sedang merayakan hari ulang tahunnya. Dimomen tersebut ada kejutan yang dilakukan oleh sebagian teman untuk yang sedang berulang tahun. Tetapi kejadian tersebut tidak lagi menjadi momen yang dinantikan atau sacral, karena ujung-nya itu hanya dijadikan sebagai konten untuk ditayangkan di sosial media dan media-media lainnya. Contoh diatas menunjukkan bahwa zaman sekarang ini, pertemanan bukanlah lagi hal-hal yang special namun pertemanan dapat dijadikan sebagai kegiatan berbagi pengalaman yang kemudian dijadikan konten untuk dipublikasikan. Sehingga FOMO sangat berpengaruh dalam mendorong kearifan manusia agar terus menerus terhubung dengan media-media baru seperti sekarang ini (UI 2018).

Dalam kesempatan ini, peneliti ingin mengetahui peranan FoMO dalam mempengaruhi Pengalaman sehari-hari anak-anak SMAS Saint Enoch, Bogor, Jawa Barat, dimana dalam keadaan pandemik yang semakin meraja lela, selain kegiatan belajar-mengajar dilakukan secara online, berbelanja dan menonton televisi pun dilakukan secara online. Dengan tersedianya beberapa macam platform streaming memudahkan mereka menonton dan menikmati tayangan kesukaan mereka seperti, Twitch TV, Youtube, Azubu, serta Facebook dan sebagainya.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah: Apakah kebiasaan menonton Platform streaming mempengaruhi pengalaman FoMO seseorang?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak kebiasaan Menonton siswa/i SMAS Saint Enoch, Bogor, Jawa Barat dalam menonton platform streaming terhadap tingkatan FoMO yang mereka miliki.

## B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif. Kuantitatif eksplanatif adalah yang menjelaskan hubungan antar variabel melalui uji hipotesis, lebih jelasnya lagi untuk mengetahui sebab akibat dari kedua variabel yang akan diteliti, serta ingin mengetahui mengapa situasi atau kondisi tertentu terjadi, serta apa yang mempengaruhinya, sehingga dapat menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan (Rachmat Krisyantono, S.Sos. 2010).

Pendekatan kuantitatif eksplanatif digunakan untuk meneliti populasi yang sudah ditentukan dan pengambilan sampel dilakukan secara random, dari data tersebut kemudian dikumpulkan menggunakan *instrument* yang bersifat kuantitatif/statistik yang bertujuan supaya dapat melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian, (Sugiyono 2012).

Tujuannya untuk tetap berpegang pada apa yang kita dapat amati dan ukur. Pengetahuan tentang apapun yang ada di luar, positivistik akan terus ada dan itu sangat mungkin didapatkan hasilnya (Trochim, 2020), dengan menggunakan paradigma positivisme, disini peneliti ingin mengetahui “FoMO dalam kebiasaan generasi Z menonton Platform Streaming (Study Pada siswa/i SMAS Saint Enoch Bogor).

Dalam penelitian ini, metode kuantitatif digunakan untuk mengetahui Korelasi variabel *independent* dan variabel *dependent* yaitu “Penonton *platform streaming* pada pengalaman FoMO”. Dengan menggunakan penelitian kuantitatif, Pengolahan data dilakukan melalui pendistribusian kuesioner di SMAS Saint Enoch yang pernah menonton program kesukaan mereka secara *Streaming* dan atau apakah ada peran FoMO yang mempengaruhi mereka, tujuannya untuk mengetahui tingkatan dari pada skala Likert dengan menarik skala dari sangat tidak setuju (1) sampai kepada sangat setuju (5) (Hill 1998).

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa/i SMAS Saint Enoch tingkat 10 – 12 tahun ajaran 2020-2021 berjumlah 45 orang. Penentuan sampel dilakukan dengan total sampling (menggambil seluruh populasi sampel yang di dapatkan) yaitu 45 sampel.

Pengumpulan data penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data primer dan sekunder. Data utama dalam penelitian ini didapat dari penyebaran kuesioner ke responden. Data sekunder didapat melalui artikel, daftar pustaka, jurnal dan sumber acuan lainnya baik dalam bentuk *hardcopy* maupun *digital* yang masuk dalam kepustakaan.

Teknik yang digunakan untuk mengolah data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Analisis statistik. Analisis data dilakukan dengan mendeskripsikan tanggapan pelajar SMAS Saint Enoch dengan analisis statistik yaitu SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 2.00 yang kemudian dilakukan penghitungan data yang berupa angka-angka dengan melibatkan rumus statistik.

*Technique* konfirmasi data menggunakan data yang diuji menggunakan reliabilitas dan validitas. Uji reliabilitas adalah hasil pengujian instrumen yang berupa kuesioner dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach* (Tomczyk and Selmanagic-Lizde 2018). Sedangkan Uji validitas dalam penelitian ini merupakan Analisis faktor variabel dalam skala likert. Dengan teknik yang dilakukan, peneliti akan memperoleh hasil dengan menggunakan teknik *Kaiser Meyer-olkin* (KMO) (Christopher 2018).

*Technique* analisis data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan serangkaian analisis yaitu deskriptif untuk menganalisa jumlah aplikasi media sosial yang digunakan berpengaruh positif terhadap pengalaman FoMO seseorang ( $H_1$ ), uji korelasi *Platform* yang digunakan untuk menonton *streaming*  $H_2$ , dan untuk uji korelasi *genre* terhadap pemilihan konten streaming pada tingkatan FoMO ( $H_3$ ) (Christopher 2018).

**Tabel 1.** Operasionalisasi konsep

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Variabel (X) Penonton Paltform Streaming (Ria Restika 2018)	Media Sosial	1. Saya berbagi <i>Content</i> dengan temann-teman saya melalui media sosial saya.	Skala Likert: Sangat setuju (SS)= 5, Setuju (S)= 4, Raguragu (R)= 3, Tidak setuju (TS)= 2, Sangat tidak setuju= 1
		2. Media sosial yang saya gunakan saat ini adalah Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, Telegram, Whatsapp, Line, Lainnya	
		3. Saya menggunakan handphone untuk mengakses <i>live streaming</i> di media sosial saya.	
		4. Saya menggunakan laptop untuk mengakses <i>live streaming</i> di media sosial saya.	
		5. Saya menggunakan <i>tablet</i> untuk mengakses <i>live streaming</i> di media sosial saya.	
		6. Saya menggunakan <i>Smart TV</i> untuk mengakses <i>live streaming</i> di media sosial saya.	
		7. Setiap hari saya menonton <i>streaming</i> melalui media sosial saya.	
		8. Setiap hari saya menonton <i>streaming</i> melalui media sosial saya.	
	Media Streaming	9. Saya berbagi <i>content</i> dengan teman-teman di <i>platform streaming</i> .	Skala Likert: Sangat setuju (SS)= 5, Setuju (S)= 4, Raguragu (R)= 3, Tidak setuju (TS)= 2, Sangat tidak setuju= 1

Lanjutan **Tabel 1.** Operasional Konsep

Variabel (Y) Pengalaman FoMO (Przybylski et al.2013b)	Pola Konsumsi	10. Setiap hari saya menonton <i>streaming</i> melalui media sosial saya.	Skala Likert: Sangat setuju (SS)= 5, Setuju (S)= 4, Raguragu (R)= 3, Tidak setuju (TS)= 2, Sangat tidak setuju= 1		
		11. Saya sudah menonton konten di aplikasi media streaming yang direkomendasikan oleh teman saya.			
		12. Media streaming yang saya gunakan saat ini Netflix, Iflix, WeTV, Viu, Disney, Video.com, RCTI plus, dan lainnya.			
		13. Saya menggunakan handphone untuk mengakses live streaming di media streaming saya.			
		14. Saya menonton konten di platform streaming karena menonton iklannya.			
		15. Saya menggunakan <i>platform streaming</i> sebagai media tontonan saya.			
		16. Saya mencari dan menonton di <i>platform streaming</i> yang sedang tren di antara teman-teman saya.			
		17. Saya menonton di <i>platform streaming</i> karena menonton iklannya.			
		18. Saya sangat aktif di <i>platform streaming</i> ketika pagi hari.			
		19. Saya sangat aktif di <i>platform streaming</i> ketika siang hari.			
	20. Saya sangat aktif di <i>platform streaming</i> ketika malam hari.				
	Binge-Watching	21. Saya telah menonton semua tayangkan yang di rekomendasikan teman-teman saya karena saya takut dikucilkan ketika membahas tentang itu.	Skala Likert: Sangat setuju (SS)= 5, Setuju (S)= 4, Raguragu (R)= 3, Tidak setuju (TS)= 2, Sangat tidak setuju= 1		
		22. Sangat mengganggu ketika melewatkan kesempatan bertemu teman-teman.			
		23. Menonton konten di aplikasi media <i>streaming</i> karena anjuran teman.			
		Pengambilan Keputusan		24. Sangat mengganggu saya ketika saya melewatkan kesempatan bertemu dengan teman-teman.	Skala Likert: Sangat setuju (SS)= 5, Setuju (S)= 4, Raguragu (R)=
				25. Saya mengikuti akun orang lain yang memposting program kesukaan saya.	

Lanjutan **Tabel 1.** Operasionalisasi konsep

Pengalaman Psikologi	26. Terkadang saya bertanya-tanya apakah saya menghabiskan terlalu banyak waktu untuk mengikuti apa yang sedang terjadi.	Skala Likert: Sangat setuju (SS)= 5, Setuju (S)= 4, Raguragu (R)= 3, Tidak setuju (TS)= 2, Sangat tidak setuju= 1
	27. Ketika saya melewatkan pertemuan yang direncanakan itu akan sangat mengganggu saya	
	28. Ketika saya bersenang-senang penting bagi saya untuk membagikan cerita detailnya secara online kepada teman-temab saya (mis. Memperbarui status)	
	29. Saya pernah mengalami rasa takut ketinggalan (FoMO) saat mengkonsumsi tontonan di live streaming.	
	30. Saya takut orang lain memiliki pengalaman yang lebih berharga daripada saya.	
	31. Saya takut teman-teman saya memiliki pengalaman yang lebih berharga daripada saya.	
	32. Saya merasakan khawatir ketika mengetahui teman-teman saya bersenang-senang tanpa saya.	
	33. Saya takut keluar batasan saya selama percakapan dengan teman-teman saya.	

**C. Hasil dan Pembahasan**

**Tabel 2.** Uji Validitas Variabel X (Penonton Platform Streaming)

<b>Kaiser-Mayer-Olkin Measure of Sampling Adequacy</b>		,816
<b>Bartlett’s Test of Sphericity</b>	<b>Approx. Chi-Square</b>	751,175
	<b>Df</b>	210
	<b>Sig.</b>	,000

Setelah melakukan uji validitas pada kuesioner dengan menggunakan *factor analysis* dan hasil yang di dapat oleh KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) dengan nilai yang berbeda terhadap tiap-tiap variabel. Hasil hipotesisnya adalah harus lebis besar dari 0,5 ( $> 0,5$ ). Setelah data di olah dan hasil yang di inginkan keluar, maka hasil KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) dalam tabel adalah 0,816, dan tingkat signifikannya 0,000. Yang artinya, bahwa variabel “Penonton *Platform Streaming*” memiliki tingkat validitaas yang memenuhi syarat sebagai instrumen, oleh karena itu pernyataan ini dinyatakan valid karena batas signifikasi KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)  $> 0,5$ .

**Table 3.** Uji Validitas Variabel Y (Pengalaman FoMO)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,908
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	717,689
	df	120
	Sig.	,000

Uji validitas menunjukkan bahwa nilai KMO (Keiser-Meyer-Olkin) yang ditunjukkan oleh variabel Y “Pengalaman FoMO” pada tabel yaitu 0,908 dengan tingkat signifikansi 0,000. Artinya, variabel Pengalaman FoMO memiliki tingkat validitas yang memenuhi syarat dalam penelitian ini, instrumen dalam penelitian ini dinyatakan valid karena nilai KMO (Keiser-Meyer-Olkin) telah memenuhi batas signifikansi 0,5 ( $> 0,5$ ). Sehingga, setiap pernyataan dalam variabel X dan variabel Y dinyatakan valid.

**Table 4.** Uji Reliability X (Penonton Platform Streaming)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,948	21

**Tabel 5.** Uji Reliabilitas Variabel Y (Pengalaman FoMO)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,957	16

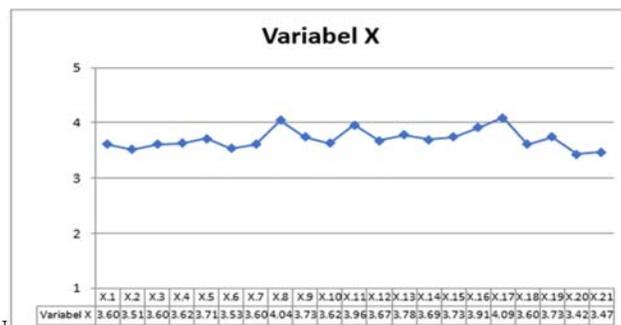
Dalam uji Reabilitas, peneliti menggunakan Teknik *Cronbach's Alpha* untuk mendapatkan hasil yang valid. Dari pengujian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa hasil yang didapatkan tidak boleh melebihi 0,6 ( $>0,6$ ). Maka apabila hasil perolehan dibawah 0,6 alat ukurnya juga dapat dinyatakan valid dan tidak reliabel.

Variabel X (Penonton *Platform Streaming*) mendapatkan hasil *Cronbach's Alpha* yaitu 0,948. Kemudian variabel Y (Pengalaman FoMO) mendapatkan hasil 0,957. Hasil identifikasi dapat memenuhi syarat ketentuan yaitu  $> 0,6$  dengan pernyataan bahwa setiap *instrument* dalam penelitian ini memiliki nilai reabilitas yang cukup baik. Oleh karena itu peneliti dapat meneruskannya kepada responden.

Kemudian untuk dapat melihat karakteristik setiap variabel, peneliti melakukan pengujian rata-rata (*Means*) pada semua pernyataan, dan peneliti juga menggunakan garis *continuum* untuk memperoleh *eksplanatif* (penjelasan) terhadap *response respondent* terhadap penilaian setiap variabel secara lengkap.

Berikut adalah analisis rata-rata (means) dalam *indicator* variabel X “penonton *platform streaming*”.

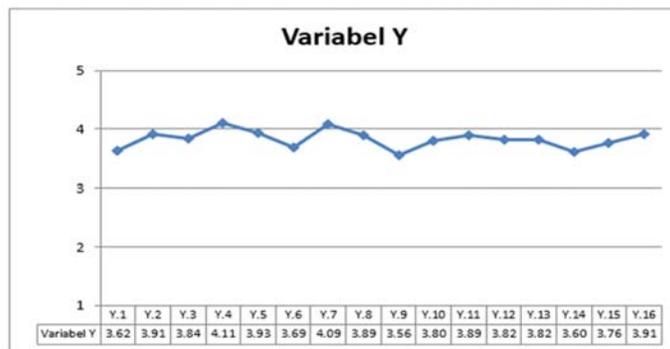
**Gambar 1.** Garis Kontinum (Penonton Platform Streaming)



Pada Garis kontinum 1, hasil rata-rata (means) yang paling rendah terdapat pada pernyataan X20 yaitu “Saya sangat aktif di platform *streaming* ketika siang hari”, dengan skor 3,42. Nilai *means*nya termasuk dalam kategori rendah. Respon demikian menunjukkan ketidak-setujuan responden terhadap pernyataan tersebut. Mereka memiliki asumsi yang berlawanan dengan pernyataan, yaitu “Saya tidak aktif di platform *streaming* ketika siang hari”. Padahal, jika dapat dijelaskan secara detail kegunaan *platform streaming* yang sebenarnya, maka responden dapat memahami dari penjelasan penulis, sehingga reponden juga akan mengerti. Karena responden menggunakan *Platform Streaming* untuk mengakses media *streaming* lainnya, seperti menonton Youtube, Netflix, Iflix, WeTV, Viu, Disney, Video.com RCTI plus dan lainnya.

Dalam garis kontinum 1, juga menjelaskan bahwa nilai tertinggi adalah 4,09 yang terdapat pada pernyataan X17 yaitu “Saya mencari dan menonton di platform *streaming* yang sedang tren di antara teman-teman saya”. Dari sini kita dapat menyimpulkan bahwa dampak (ketergantungan) dari platform *Streaming* terhadap tren masa kini sangat kuat, dan ada sedikit sisi positifnya.

**Gambar 2.** Garis Kontinum (Pengalaman FoMO)



Pada garis kontinum 2, *means* terendahya terletak pada pernyataan Y9 yaitu “Saya pernah mengalami rasa takut ketinggalan (FoMO) saat mengkonsumsi tontonan di *live streaming*”, dengan skor 3,56. Yang artinya, responden mengalami dampak dari ketergantungan oleh media *streaming* / platform *streaming* sehingga mereka mengalami ke kahawatiran terhadap ketinggalan program kesukaan mereka yang lainnya.

Sedangkan skor tertinggi pada grafik 2 dalam pernyataan Y4 “Sangat mengganggu saya ketika saya melewatkan kesempatan untuk bertemu dengan teman teman”, yaitu sebesar 4,11. Hal ini membuktikan bahwa FoMO sangat mempengaruhi perilaku setiap responden yang menjawab bahwa mereka merasa terganggu jika ketinggalan program kesukaan mereka yang sedang *streaming*, sedangkan mereka tidak dapat menyaksikannya.

**Tabel 6.** Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	,967	,386			2,507	,016
Penonton Platform Streaming	,774	,102	,755		7,554	,000

a. Dependent Variable: Pengalaman FoMO

Menggunakan analisis lebih lanjut, pada *Tabel Coefficients* regresi linear dari variabel X (Penonton *Platform Streaming*) dan variabel Y (Pengalaman FoMO). yaitu  $Y=0,967 + 0,774X$ . Uji regresi linear sederhana akan dilakukan, dimana jika variabel  $X=0$ , sedangkan variabel  $Y=0,967$ . Dimana jika tidak ada penonton Platform *Streaming*, maka pengalaman FoMO seseorang akan tetap ada, namun hasilnya akan

rendah. Kemudian disetiap variabel akan mengalami perubahan, jika variabel X (Penonton platform Streaming) sebesar 1 poin, maka variabel Y (Pengalaman FoMO) adalah 0,774 poin dengan tujuan dan hasil yang sama. Dengan demikian, penelitian ini berpengaruh positif pada variabel X yaitu “Penonton Platform Streaming” terhadap variabel Y “Pengalaman FoMO”.

Oleh karena itu, jika nilai variabel X (Penonton Platform Streaming) bertambah besar, maka variabel Y (Pengalaman FoMO) juga akan bertambah besar. Kejadian sebaliknya pun akan terjadi, jika variabel X memiliki skor kecil, maka variabel Y juga akan mendapatkan skor yang lebih kecil juga.

**Table 7.** Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,755 <sup>a</sup>	,570	,560	,48639

R dapat diartikan sebagai koefisien korelas. Dimana terdapat nilai koefisien korelasi pada variabel X (Penonton Platform Streaming) Terhadap pengalaman variabel Y (Pengalaman FoMO) yaitu sebesar 0,755. Berdasarkan nilai pedoman derajat hubungan, nilai *preson correlation* 0,61 s/d 0,80 dinyatakan memiliki korelasi yang kuat. Maka, dengan demikian ada hubungan yang kuat antara variabel X yaitu Penonton Platform Streaming terhadap variabel Y yaitu Pengalaman FoMO.

R *Square* disebut koefisien determinasi. Dalam tabel 7 tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai R *Square* (R<sup>2</sup>) untuk variabel X dan Y yaitu sebesar 0,570. Jika di sederhanakan nilainya akan menjadi 0,57. Sehingga nilai koefisien berpengaruh besar pada setiap variabel penelitian. Artinya dengan nilai koefisien 0,57 (57%) perubahan variabel X dapat menjelaskan perubahan variabel Y, dengan kata lain Penonton Platform Streaming terhadap Pengalaman FoMO, cukup berpengaruh. Sedangkan sisanya sekitar 43% dipengaruhi oleh pengalaman-pengalaman lainnya.

**Tabel 8.** Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	,967	,386		2,507	,016
Penonton Platform Streaming	,774	,102	,755	7,554	,000

a. Dependent Variable: Pengalaman FoMO

Uji regresi linear sederhana telah dilakukan. Selanjutnya akan dilakukan uji normalitas dan hasil nilai statistik setiap variabel, dimana setiap variabel harus memiliki nilai  $\alpha = 0.05$ . Kemudian akan dilakukan uji T, tujuannya untuk mengetahui apakah variabel Penonton Platform Streaming (X) berpengaruh terhadap pengalaman FoMO seseorang. Setelah melakukan analisis terhadap Variabel X dan variabel Y maka dilakukan uji T, dimana  $t_{hitung}$  harus lebih besar dari  $t_{tabel}$ , yang berarti nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Penonton Platform Streaming adalah  $t_{hitung} > t_{tabel} = 7,554 > 2,01808$ . Artinya  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ , karena itu posisi  $t_{hitung}$  berada di sebelah kanan  $t_{tabel}$ . Sehingga daerah penolakan menunjukkan bahwa hipotesis tersebut diterima, Maka,  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh Penonton Platform Streaming (X) terhadap Pengalaman FoMO (Y) secara Signifikan.

Penelitian ini dilakukan untuk membantu dalam penggambaran hubungan antara generasi Z terhadap dampak FoMO pada pengalaman menonton seseorang, baik dalam penggunaan media sosial maupun pemilihan *platform streaming* sebagai jembatan untuk menonton program kesukaan mereka (Conlin, Billings, and Averset 2016). FoMO adalah salah satu jenis ketergantungan terhadap teknologi baru. FoMO dapat secara umum diklasifikasikan sebagai penggunaan internet bermasalah.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih SMAS Saint Enoch sebagai responden utamanya yaitu sebanyak 45 sampel. Dimana 45 sampel tersebut terdapat 23 berjenis kelamin laki-laki dan 22 sisanya adalah perempuan.

Dalam hasil cumulative persenan, presentase menunjukkan bahwa laki-laki lebih dominan daripada perempuan yaitu sebesar 51,1%. Rata-rata usia mereka adalah 15-17 tahun (23 orang) dan 17-20 tahun (22 orang), dan dalam tingkatan keluarga responden didominasi oleh anak keempat 93,3% (12 orang).

Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa penonton platform streaming berpengaruh positif terhadap pengalaman FoMO Seseorang. Hasil analisis hipotesis menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan t-statistik =  $7,554 > 2,01808$ . Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengaruh penonton platform streaming maka semakin tinggi pula pengalaman FoMO seseorang. Sehingga besar kemungkinan tingkat kebiasaan generasi Z dalam menonton platform streaming terhadap pengalaman FoMO juga meningkat.

Uji kofisien korelasi (R) juga menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang kuat. Dimana terdapat nilai koefisien korelasi pada variabel X (Penonton Platform Streaming) Terhadap pengalaman variabel Y (Pengalaman FoMO) yaitu sebesar 0,755. Maka, dengan demikian ada hubungan yang kuat antara variabel X yaitu Penonton Platform Streaming terhadap variabel Y yaitu Pengalaman FoMO. Sedangkan nilai  $R^2$  untuk variabel X dan Y yaitu sebesar 0,570. Jika di sederhanakan nilainya akan menjadi 0,57. Sehingga nilai koefisien berpengaruh besar pada setiap variabel penelitian. Artinya dengan nilai koefisien 0,57 (57%) perubahan variabel X dapat menjelaskan perubahan variabel Y, dengan kata lain Penonton Platform Streaming terhadap Pengalaman FoMO, cukup berpengaruh. Sedangkan sisanya sekitar 43% dipengaruhi oleh pengalaman-pengalaman lain diluar dari pada penelitian ini.

Hasil dari pengamatan dalam penelitian ini, bahwa responden memiliki jawabannya sendiri ketika mereka ingin menonton program kesukaan mereka. Dapat di lihat dari hasil Analisa penonton platform streaming diatas yang menyatakan bahwa responden memiliki asumsi yang berlawanan dengan pernyataan peneliti dalam menonton platform streaming. Dimana mereka tidak menonton pada siang hari, dan mereka juga tidak mau ketinggalan terhadap tren masa kini, dan ingin terus terhubung dengan orang-orang sekitar mereka. ketergantungan terhadap Platform Streaming banyak terjadi di kalangan masyarakat luas, baik orang dewasa maupun anak-anak, terutama pada saat seperti sekarang ini dengan adanya *pandemic covid-19*.

Dalam pengalaman FoMO, responden sering mengalami kekhawatiran terhadap ketinggalan program kesukaan mereka. Hal ini membuktikan bahwa FoMO sangat mempengaruhi perilaku setiap responden, mereka merasa terganggu jika ketinggalan program kesukaan mereka yang sedang streaming. Pengalaman setiap orang berbeda-beda, termasuk dalam hal tontonan dan atau media yang mereka gunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Pengalaman demikian dapat di lihat dalam *table coefficients*, dimana jika tidak ada penonton Platform Streaming, maka pengalaman FoMO seseorang akan tetap ada, namun hasilnya akan rendah. Dengan kata lain setiap variabel mengalami perubahan disetiap hasilnya, sehingga hasil yang didapat dapat berpengaruh positif atau negative tergantung pada hasil yang di dapatkan. Namun dalam penelitian ini, hasilnya negatif karena nilai yang di dapatkan adalah positif.

Pengalaman setiap responden juga berhubungan erat dalam setiap kegiatan yang mereka lakukan baik dalam menonton streaming maupun pengalaman FoMO yang mereka miliki. Sehingga setiap perubahan yang di alami dapat menjelaskan hasil dari masing-masing pengalaman mereka.

Fenomena ini sangat terkait dengan pengembangan layanan digital yang bertujuan untuk menghubungkan pengguna satu sama lain. Walaupun FoMO terbilang dalam pengertian baru dalam konsep penggunaan media, namun konsepnya adalah berdasarkan kebutuhan lama yaitu untuk terus terhubung dengan orang lain (Przybylski et al. 2013b). Dalam penelitian terdahulu, banyak sekali dari mereka yang memberikan pernyataan bahwa mereka mengalami FoMO (Tomczyk and Selmanagic-Lizde 2018).

#### **D. Kesimpulan**

Setelah melakukan pengolahan data dalam penelitian yang telah dilakukan dan pembahasana-pembahasan yang telah diuraikan, peneliti menarik beberapa kesimpulan bahwa adanya keinginan untuk terus-menerus mengikuti perkembangan teknologi seperti sekarang ini, khususnya menonton platform streaming melalui media sosial dan media streaming yang sedang populer saat ini. Dan ketika hal tersebut tidak terealisasikan, maka perasaan mereka akan mengalami gangguan kecemasan, seperti kurangnya rasa percaya diri, merasa tertinggal, merasa sendirian dan dikucilkan karena tidak dapat berinteraksi dengan orang lain.

Banyak perilaku yang muncul akibat dari FoMO yang berlebihan, antara lain keinginan yang kuat untuk dapat terus terhubung sehingga dapat menyaksikan program kesukaan mereka menggunakan media sosial dan media streaming secara berlebihan sehingga lupa waktu. Saat ini, platform streaming dengan segala kemudahannya memberikan dampak kepada audiensnya dari berbagai sisi dan golongan, semua bersaing untuk mengeksplorasi apa yang ditawarkan, dan perlahan-lahan mulai kehilangan pemahaman. FoMO dapat terjadi akibat penggunaan platform streaming yang berlebihan, karena itu peneliti memberi kesimpulan bahwa secara keseluruhan responden setuju jika mereka mengalami FoMO. Dan berdasarkan hasil penguraian hipotesis diatas menunjukkan bahwa, Platform yang digunakan untuk menonton streaming berpengaruh terhadap pengalaman FoMO seseorang.

### Daftar Pustaka

- Adelino, Manuel, Kristopher Gerardi, and Paul S. Willen. 2013. *Why Don't Lenders Renegotiate More Home Mortgages? Redefaults, Self-Cures and Securitization*. *Journal of Monetary Economics* 60 (7): 835–53. <https://doi.org/10.1016/j.jmoneco.2013.08.002>.
- Albi Anggito & Johan, Setiawan. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Jejak Publisher.
- APJII. 2020. *APJII: The COVID-19 Pandemic Increases Internet Users In Indonesia By Nearly 200 Million - Waktunya Merevolusi Pemberitaan*. *Www.Voi.Id*. 2020. <https://voi.id/en/teknologi/19331/apjii-the-covid-19-pandemic-increases-internet-users-in-indonesia-by-nearly-200-million>.
- . 2020. *Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2020. <https://apjii.or.id/survei>.
- Ardiansah, I., & Maharani, A. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM*. Cendekia Press
- Atika Rusyda. 2021. *KORELASI ANTARA FEAR OF MISSING OUT (FOMO) DENGAN TWIT SPAM PADA TRENDING TOPIC #ODADING #ODADINGMANGOLEH SKRIPSI*. Digilib.Uinsby.Ac.Id.
- Cheever, Nancy A., Larry D. Rosen, L. Mark Carrier, and Amber Chavez. 2014. “Out of Sight Is Not out of Mind: The Impact of Restricting Wireless Mobile Device Use on Anxiety Levels among Low, Moderate and High Users.” *Computers in Human Behavior* 37 (August): 290–97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.05.002>.
- Christopher, Nicolette D. 2018. *Understanding News Media Viewing and Selection Patterns : FoMO and User Consumption of News Content on Social Media Interfaces*.
- Conlin, Lindsey, Andrew C. Billings, and Lauren Averset. 2016. *Time-Shifting vs. Appointment Viewing: The Role of Fear of Missing out within TV Consumption Behaviors*. *Communication and Society* 29 (4): 151–64. <https://doi.org/10.15581/003.29.4.151-164>.
- Dennis McQuail. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi Buku Denis McQuail*.
- Enterprise, J. (2014). *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*.
- ELLAVIE ICHLASA AMALIA. 2019. *Populer Secara Global, Twitch Tak Berkutik Di Indonesia*. <https://Hybrid.Co.Id/>. 2019. <https://hybrid.co.id/post/populer-secara-global-twitch-tak-berkutik-di-indonesia>.
- Fox, Jesse, and Jennifer J. Moreland. 2015. *The Dark Side of Social Networking Sites: An Exploration of the Relational and Psychological Stressors Associated with Facebook Use and Affordances*. *Computers in Human Behavior* 45 (April): 168–76. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.083>.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=7RwREAAQBAJ>
- Helaludin, H. W. (2019). *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik*.

- Herfianto, Prasetyo. 2020. *Riset Adjust: Akses Platform Streaming Dari Smartphone Meningkat Selama Pandemi*. Www.GIZMOLOGI.ID.2020. <https://gizmologi.id/news/survei-platform-streaming-pandemi/>.
- HR, H. (2019). *Statistik Dan Metodologi Penelitian Dengan Implementasi Pembelajaran Android*. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=5HfEDwAAQBAJ>
- Indriastuti, Yudiana, Siska Armawati Sufa, I G K Hans Desember, and Yunita Dwi Rizky. 2020. *Peran Komunikasi Keluarga Terhadap Perilaku Anak (Studi Tentang Perubahan Perilaku Transgender )The Role Of Family Communications Toward Children Behavior ( Study About Transgender Behavior Changes )*. 5 (2): 1–13.
- Jhon Vivian. 2015. *Teori Komunikasi Massa*. 8th ed. Jakarta: Kencana, Prenada Media Group.
- Jupowicz-Ginalska, Anna. 2020. *FOMO, Brands and Consumers – about the Reactions of Polish Internet Users to the Activities of Brands in Social Media (Based on CAWI Representative Research)*. *Social Communication* 5 (2): 69–84. <https://doi.org/10.2478/sc-2019-0011>.
- Kompas.com. 2018. *Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia Halaman All - Kompas.Com*. Www.Kompas.Com. 2018. <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia?page=all>.
- Krisnawati, Ester. 2016. *Perilaku Konsumsi Media Oleh Kalangan Remaja Dalam Pencarian Informasi (Studi Kasus Perilaku Remaja Di Kota Salatiga Dalam Penggunaan Media Dalam Perspektif Teori Ketergantungan Media)*. *Komunikatif* 5 (1): 43–69.
- Kusuma, A. H. P., Sudirman, A., Purnomo, A., Aisyah, S., Sahir, S. H., Rumondang, A., ... others. (2020). *Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi*. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=rhbmDwAAQBAJ>
- Morissan, M.A. 2008. *MANAJEMEN MEDIA PENYIARANL: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Pertama. Jakarta: Kencana, Prenada Media Group.
- Nabila, D., Elvaretta, O., Zahira, G., Syarif, M. A. D. Y., Ryvo, A., Julianto, A. N., ... others. (2020). *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=ouPsDwAAQBAJ>
- Nielsen. 2020. *Tops of 2020: Television – Nielsen*. Www.Nielsen.Com. 2020. nielsen
- Permana, Rangga Saptya Mohamad, Aceng Abdullah, and Jimi Narotama Mahameruaji. 2019. *Budaya Menonton Televisi Di Indonesia: Dari Terrestrial Hingga Digital*. *ProTVF* 3 (1): 53.
- Prasetyo Herfianto. 2020. *Riset Adjust: Akses Platform Streaming Dari Smartphone Meningkat Selama Pandemi*. 19 Okt 2020. 2020. <https://gizmologi.id/news/survei-platform-streaming-pandemi/>.
- Przybylski, Andrew K., Kou Murayama, Cody R. Dehaan, and Valerie Gladwell. 2013. *Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out*. *Computers in Human Behavior* 29 (4): 1841–48. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>.
- K., Kou Murayama, Cody R. Dehaan, and Valerie Gladwell. 2013. *Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out.* *Computers in Human Behav.* *Computers in Human Behavior* 29 (4): 1841–48. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>.
- Rachmat Krisyantono, S.Sos., M.Si. 2010. *TEKNIK PRAKTIS RISET KOMUNIKASI: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Edited by Gustiara Azmi Kharisma Putra Utama. Edisi pert. Jakarta: 2010.
- Radita Gora, (2019). *Riset Kualitatif Public Relations*. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=KijZDwAAQBAJ>
- Rafiq, Mohd. 2012. *Dependency Theory (Melvin L. DeFleur Dan Sandra Ball Rokeach)*. *HIKMAH*, Vol. VI, No.01 Januari 2012, 01-13 VI (2): 01–13.

- Rahmiyati. 2017. *Media Cetak Dan Elektronik Dalam Bimbingan Penyuluhan*. Al-Hiwar : Jurnal Ilmu Dan Teknik Dakwah 3 (6): 66–70. <https://doi.org/10.18592/al-hiwar.v3i6.1210>.
- RUBIN, REBECCA B., ELIZABETH M. PERSE, and CAROLE A. BARBATO. 1988. *Conceptualization and Measurement of Interpersonal Communication Motives*. Human Communication Research 14 (4): 602–28. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1988.tb00169.x>.
- Rukman Pala. 2017. *TELEVISI DAN MASYARAKAT PERKOTAAN (Survei Kebiasaan Menonton TV Masyarakat Kelurahan Tammamaung Kecamatan Panakkukang Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan)*. Jurnal Studi Komunikasi dan Media. 21(2): 168-80.
- Rusman latief, Yustiatie Utud. 2015. *Siaran Televisi Non-Drama : Kreatif, Produksi, Public Relations, Dan Iklan*. Pertama ce. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sarah Perez. 2019. *Twitch Continues to Dominate Live Streaming with Its Second-Biggest Quarter to Date*. Www.Techcrunch.Com. 2019. <https://techcrunch.com/2019/07/12/twitch-continues-to-dominate-live-streaming-with-its-second-biggest-quarter-to-date/>.
- Sladek, By Sarah, and Alyx Grabinger. 2016. *The First Generation of the 21st Century Has Arrived!*, 16. [www.xyzuniversity.com](http://www.xyzuniversity.com).
- Sudaryono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=uTbMDwAAQBAJ>
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Suryono, A. (2019). *Teori dan Strategi Perubahan Sosial*. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=ppD5DwAAQBAJ>
- Tomczyk, Łukasz, and Elma Selmanagic-Lizde. 2018. *Fear of Missing Out (FOMO) among Youth in Bosnia and Herzegovina — Scale and Selected Mechanisms*. Children and Youth Services Review 88: 541–49. <https://doi.org/10.1016/j.chilyouth.2018.03.048>.
- Tulgan, Bruce. 2013. *Meet Generation Z: The Second Generation within the Giant " Millennial " Cohort*. RainmakerThinking, Inc., 1–13.
- UI, BEM FISIP. 2018. *Sosmed Adalah Candu – Bem Fisip Ui*. <https://bem.fisip.ui.ac.id/>. 2018. <https://bem.fisip.ui.ac.id/sosmed-adalah-candu/>.
- Wang, Lu, and Lucia Lo. 2007. *Immigrant Grocery-Shopping Behavior: Ethnic Identity versus Accessibility*. Environment and Planning A 39 (3): 684–99. <https://doi.org/10.1068/a3833>.
- Wegmann, Elisa, Ursula Oberst, Benjamin Stodt, and Matthias Brand. 2017. *Online-Specific Fear of Missing out and Internet-Use Expectancies Contribute to Symptoms of Internet-Communication Disorder*. Addictive Behaviors Reports 5 (February): 33–42. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2017.04.001>.
- Soffani, A., & Nugroho, C. (2019). *Unsur Budaya Dalam Media Sosial: Studi Pada Facebook Kang Dedi Mulyadi*. Jurnal Manajemen Komunikasi. <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i2.12936>
- Soraya, I. (2017). *Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta)*. Jurnal Komunikasi.
- Świtała, M., Gamrot, W., Reformat, B., & Bilińska-Reformat, K. (2018). *The influence of brand awareness and brand image on brand equity – an empirical study of logisticsservice providers*. Journal of Economics and Management, 33(September), 96–119.
- Tanjaya, E. (2017). *Efektifitas Media Sosial Instagram terhadap Kesadaran Merek Dr. Churros*. Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis (PERFORMA), 2(4), 504–5013.
- Utomo, I. W. (2017). *Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda)*. Jurnal Komunikasi.

- Wahid, U., & Puspita, A. E. (2017). *Upaya Peningkatkan Brand Awareness PT. Go-Jek Indonesia Melalui Aktivitas Marketing Public Relations*. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 31.
- Wina Sanjaya, M. P. (2015). *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis*.
- Yasundari, Y. (2016). *Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Motivasi Wirausaha Pebisnis Daring (Online) Dalam Meningkatkan Produktivitas*. *Jurnal Kajian Komunikasi*.
- Zubair, F., Dewi, R., & Kadarisman, A. (2018). *Strategi Komunikasi Publik Dalam Membangun Pemahaman Mahasiswa Terhadap Penerapan PTNBH*. *Profetik: Jurnal Komunikasi*.
- tempo.co. (2021). *Konsep Live Streaming Menggunakan Media Sosial, Mudah dan Murah*. Retrieved from tempo.co website: <https://tekno.tempo.co/read/1455910/konsep-live-streaming-menggunakan-media-sosial-mudah-dan-murah>