

MOTIVASI DAN TINGKAT PENERIMAAN LAYANAN ONLINE STREAMING DI BATAM

Avaleska

Sistem Informasi, Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam, Indonesia

Kendrik Jonatan

Sistem Informasi, Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam, Indonesia

Kelvin

Sistem Informasi, Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam, Indonesia

Johan *1

Sistem Informasi, Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam, Indonesia

Johanhold@gmail.com

Frenkie Tan

Sistem Informasi, Ilmu Komputer, Universitas Internasional Batam, Indonesia

Abstract

This era is an era when television is no longer the first choice in the hearts of customers as a place to look for entertainment or the latest information. The internet can be accessed anywhere and anytime, causing television to become less attractive to teenagers compared to using technology that can access the internet. The practicality and ease of use of their smart TVs, smartphones or tablets to access online streaming services is the main reason for doing online streaming. The quantitative approach is the method that will be used for this research and the questionnaire will be distributed online. The sampling method applied in this research is cluster disproportionate random sampling. This analysis will be carried out by utilizing the SPSS and AMOS applications and applying the PLS-SEM approach to test the hypothesis. The results showed that Perceived Ease of Use had a significant and positive influence on Perceived Usefulness and Perceived Usefulness, Instrumental Use, and Ritualized Use had a significant and positive effect on Intention to Use. However, Perceived Ease of Use does not have a significant effect and can have a negative impact on Intention to Use. It is known that online streaming services in the aspect of ease of access and use really need improvisation, but other aspects still need to be considered so that they can complement and support each other.

Keywords: Online streaming, Structural equation modeling, Technology

Abstrak

Era ini adalah era ketika televisi sudah tidak lagi menjadi pilihan pertama di hati pelanggan sebagai tempat untuk mencari hiburan atau informasi terkini. Internet dapat diakses di mana saja dan kapan saja sehingga menyebabkan televisi menjadi kurang diminati oleh remaja dibandingkan dengan menggunakan teknologi yang mampus mengakses internet. Kepraktisan dan kemudahan penggunaan smart TV, smartphone, atau tablet

¹ Korespondensi Penulis

mereka untuk mengakses layanan *online streaming* menjadi alasan utama lakunya *online streaming*. Pendekatan kuantitatif menjadi metode yang akan digunakan untuk penelitian ini dan kuesioner akan disebarluaskan secara online. *Sampling method* yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *cluster disproportionate random sampling*. Analisis ini akan dilakukan dengan memanfaatkan aplikasi SPSS dan AMOS serta menerapkan pendekatan PLS-SEM untuk menguji hipotesis. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh yang bermakna dan positif dengan *Perceived Usefulness*, *Instrumental Use*, dan *Ritualized Use* memiliki pengaruh yang bermakna dan positif dengan *Intention to Use*. Namun *Perceived Ease of Use* tidak memiliki pengaruh yang bermakna dan dapat berdampak negatif dengan *Intention to Use*. Diketahui bahwa layanan *online streaming* dalam aspek kemudahan akses dan penggunaan sangat memerlukan improvisasi, tetapi aspek lain tetap perlu diperhatikan agar dapat saling melengkapi dan mendukung.

Kata kunci: Online streaming, Structural equation modeling, Teknologi.

PENDAHULUAN

Era ini adalah era ketika televisi sudah lagi menjadi pilihan pertama di hati pelanggan sebagai tempat untuk mencari hiburan atau informasi terkini. Seperti salah satu penelitian yang dilakukan oleh (Pratama et al., 2019) mengenai pandangan dari generasi Z terhadap televisi. Para remaja tidak lagi menganggap TV sebagai kebutuhan pertama mereka, tetapi mereka masih menggunakan layanan TV dalam beberapa kesempatan. Hal yang ingin ditonton oleh remaja dibatasi orang tua dikarenakan perlunya meminta izin dari orang tua untuk mengganti saluran televisi. Hal ini pada akhirnya memicu para remaja untuk mencari sarana lain untuk mencari hiburan dan informasi. Sarana yang dimaksud adalah internet, dikarenakan remaja lebih menyukai sesuatu yang mudah diakses dan praktis. Internet dapat diakses di mana saja dan kapan saja sehingga menyebabkan televisi menjadi kurang diminati oleh remaja dibandingkan dengan menggunakan teknologi yang mampus mengakses internet.

Banyaknya layanan *online streaming* yang tersedia di internet memicu layanan televisi untuk beradaptasi dengan era digital ini. (Spilker et al., 2020) melakukan penelitian mengenai efek yang ditimbulkan dari popularitas platform *streaming* terhadap televisi. Popularitas platform *streaming* membuat para konsumen beralih dari menonton televisi menjadi pelanggan layanan *online streaming*. (Snyman & Gilliard, 2019) melakukan penelitian mengenai kondisi industri layanan televisi. Industri layanan televisi tradisional mulai berinvestasi dalam konten dan menambahkan layanan *online streaming* mereka sendiri.

Layanan *online streaming* semakin ramai dikarenakan pandemi COVID-19, hal ini memicu penggunaan *online streaming* yang lebih luas. Sudah ada penelitian yang dilakukan oleh (Qiu et al., 2021) mengenai kemungkinan penggunaan *online streaming* untuk membantu industri pariwisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tahapan pengembangan *online streaming* pariwisata meliputi pemeliharaan, eksplorasi, dan peningkatan peluang. Sejak 2020, *online streaming* telah membantu industri pariwisata dalam proses mitigasi kerusakan terkait pandemi, termasuk berdasarkan pembatasan perjalanan. Implementasi layanan *online streaming* yang lain diterapkan (Rendell, 2021) dengan menerapkan *online streaming* portal

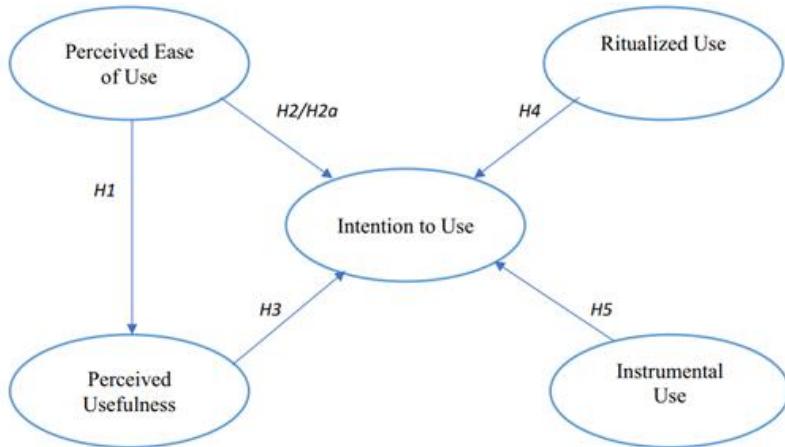
pertunjukan musik. Pertunjukan portal menawarkan cara-cara baru dan bermuansa yang dapat melibatkan interaksi musisi dan penonton satu sama lain yang unik. Adapun penerapan lain *online streaming* dalam e-sports seperti yang disebutkan seperti oleh (Qian et al., 2020). Perspektif yang berbeda ditemukan mengenai apresiasi keterampilan dan kesempatan sosialisasi. Sensasi untuk mengembangkan skill dan seolah mengalami sendiri pengalaman tersebut merupakan pengalaman yang unik tersendirinya.

Kepraktisan dan kemudahan penggunaan *smart TV*, *smartphone*, atau tablet mereka untuk mengakses layanan *online streaming* menjadi alasan utama lakunya *online streaming*. (Edwin & Irwansyah, 2021) melakukan penelitian mengenai motivasi milenial menonton layanan *online streaming*. Hasil penelitian mengatakan bahwa konsumen lebih memilih untuk beralih menggunakan teknologi baru dikarenakan teknologi konvensional tidak mampu memenuhi keinginan mereka. Hal ini menyebabkan konsumen untuk meninggalkan teknologi konvensional dan mencari teknologi komunikasi yang mampu menyesuaikan rutinitas serta preferensi konsumen.

Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan tujuan memberikan pengetahuan mengenai ukuran dari tingkat penerimaan layanan *online streaming* di Batam serta motivasi dalam menggunakan layanan *online streaming*. Penyebab konsumen beralih ke *online streaming* adalah karena kurangnya efektifitas dan keefisienan yang disediakan teknologi yang lama. Adanya penelitian ini juga membuktikan bahwa konsumen lebih memilih untuk beralih menggunakan teknologi baru dikarenakan teknologi konvensional tidak mampu memenuhi keinginan mereka. Dengan melaksanakan penelitian ini, terdapat harapan agar hasil yang diperoleh dapat dijadikan sebagai bahan tinjauan agar melakukan peningkatan kualitas layanan *online streaming* serta memahami kebutuhan konsumen di Batam.

METODE PENELITIAN

Pendekatan kuantitatif digunakan untuk penelitian ini dengan menggunakan model penelitian TAM. Model tersebut telah digunakan pada penelitian (Camilleri & Falzon, 2021). Model tersebut memiliki variabel independen berupa *Perceived Ease of Use*, *Ritualized Use*, dan *Instrumental Use*. Variabel dependen di dalam model berupa *Intention to Use* dan *Perceived Usefulness*. Gambar 1 menunjukkan model yang akan digunakan untuk penelitian ini.



Gambar 1. Model penelitian

Hipotesis penelitian yang didapat dapat dilihat pada deskripsi berikut ini:

H1: Kemudahan penggunaan teknologi *online streaming* yang dirasakan individu akan berpengaruh positif terhadap kegunaan yang dirasakan.

H2: Kemudahan penggunaan teknologi *online streaming* yang dirasakan individu akan berpengaruh positif dan bermakna terhadap niat mereka dalam menggunakannya.

H3: Manfaat yang dirasakan individu dari teknologi *online streaming* akan berpengaruh positif dan bermakna terhadap niat mereka dalam menggunakannya.

H4: Motivasi individu untuk menggunakan teknologi *online streaming* sebagai ritual, akan berpengaruh positif dan bermakna terhadap niat mereka dalam menggunakan teknologi yang disebutkan.

H5: Motivasi individu untuk menggunakan teknologi *online streaming* sebagai instrumen, akan berpengaruh positif dan bermakna terhadap niat mereka dalam menggunakan teknologi yang disebutkan.

Definisi variabel operasional yang digunakan untuk mengembangkan instrumen penelitian ini ditampilkan pada tabel 1.

Tabel 1. Definisi variabel opsional

Variabel	Indikator
Ritualized Use	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya menonton layanan streaming online untuk istirahat dari rutinitas. 2. Saya menonton layanan streaming online di waktu luang saya. 3. Menonton layanan streaming online adalah bentuk hiburan.
Instrumental Use	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya menonton program informatif, termasuk berita dan acara bincang-bincang melalui layanan streaming online. 2. Saya menonton program informatif, termasuk berita dan acara bincang-bincang melalui layanan streaming online.

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Saya menonton layanan streaming online karena mereka menawarkan opsi iklan, misalnya tidak ada iklan, iklan terbatas atau semua iklan akan disajikan dalam mode tampilan gratis.
Perceived Ease of Use	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ini adalah tugas yang mudah bagi saya untuk mengakses layanan streaming online dari program langsung atau rekaman. 2. Saya merasa mudah untuk mengakses layanan streaming online melalui perangkat digital dan seluler, termasuk smart TV, smartphone, dan tablet.
Perceived Usefulness	<ol style="list-style-type: none"> 1. Layanan streaming online memungkinkan saya untuk melihat apa yang saya inginkan dengan cara yang lebih cepat daripada layanan pelanggan TV tradisional. 2. Layanan streaming online meningkatkan pengalaman saya menonton program informatif atau hiburan. 3. Saya dapat menonton layanan streaming online di tempat mana pun yang saya suka jika ada Wi-Fi atau koneksi jaringan yang bagus.
Intention to Use	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya akan terus menggunakan perangkat digital dan seluler, termasuk smart TV, smartphone, dan tablet untuk menonton streaming online. 2. Saya bersedia memperkenalkan platform streaming kepada kerabat / teman saya. 3. Saya bersedia menggunakan platform streaming di masa depan.

Populasi penelitian berupa masyarakat yang menggunakan layanan online streaming di Batam. Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan menyebarkan kuesioner secara online. *Sampling method* yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *cluster disproportionate random sampling*. Analisis ini akan dilakukan dengan memanfaatkan aplikasi SPSS dan AMOS serta menerapkan pendekatan PLS-SEM untuk menguji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Responden

Setelah menyebarkan kuesioner, telah diperoleh data sebanyak 402 responden. Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin yang mengisi kuesioner adalah wanita sebesar 37% dan pria sebesar 63%. Jumlah responden berdasarkan umur yang mengisi kuesioner adalah 15-18 tahun sebesar 14,9%, 19-25 tahun sebesar 79,8%, dan lebih dari 25 tahun sebesar 5%. Jumlah responden berdasarkan program sarjana yang mengisi kuesioner adalah akuntansi sebesar 9,5%, manajemen sebesar 22,9%, hukum sebesar 4,5%, teknologi informasi sebesar 11,7%, sistem informasi sebesar 36,6%, teknik sipil sebesar 4,2%, dan program sarjana lainnya sebesar 10,9%. Data-data tersebut akan dilakukan uji outlier untuk membersihkan data. Hasil uji outlier

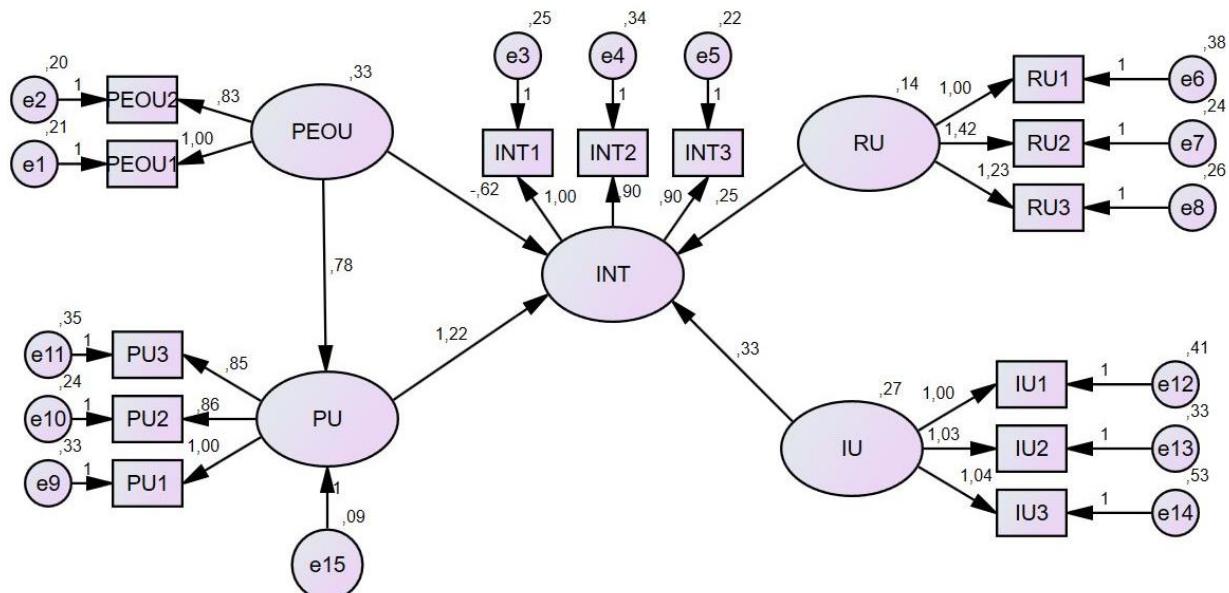
menunjukkan ada 27 data yang perlu dibersihkan sehingga data yang akan dianalisis hanya 375 data.

Deskriptif Responden

Data-data yang telah dibersihkan setelah uji outlier akan diuji validitasnya. Validitas data akan diuji dengan menggunakan *Pearson Correlation Coefficients*. Data akan dinyatakan valid apabila nilai yang diperoleh dari hasil analisis lebih rendah dari 0,05 dan *Pearson Correlation* menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh positif. Sebaliknya, apabila nilai yang diperoleh dari analisis lebih rendah dari 0,05 dan *Pearson Correlation* menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh negatif atau nilai yang diperoleh dari hasil analisis melebihi 0,05 maka data akan dianggap tidak valid. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua data memiliki nilai yang diperoleh dari hasil analisis lebih rendah dari 0,05 dan *Pearson Correlation* menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh positif sehingga data valid.

Setelah menguji validitas data, selanjutnya yang akan diuji adalah reliabilitasnya. Reliabilitas data akan diuji dengan *Cronbach's Alpha*. Data dapat diandalkan apabila nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,5. Namun, jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih rendah dari 0,5 dapat diasumsikan bahwa informasi yang diperoleh tidak dapat diandalkan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari data telah melebihi 0,6 sehingga data dapat diandalkan.

Setelah data telah diuji maka perlu dibuat model penelitiannya. Data akan dianalisis dengan menggunakan SEM. Model untuk penelitian ini akan dibuat dengan memanfaatkan SPSS dan AMOS. Data akan diolah dengan menggunakan SPSS dan model akan dibuat berdasarkan data yang telah diolah dengan menggunakan AMOS. Hasil dari model ditampilkan pada gambar 2.



Gambar 2. Model SEM

Pengujian hipotesis akan dilakukan pada data-data yang telah dianalisis. Pengujian akan dilakukan melalui model yang telah dibuat. Pengujian tersebut akan dilihat dari hasil estimasi dari data yang telah dianalisis dengan menggunakan AMOS. Estimasi akan diambil dari *Perceived Ease of Use* kepada *Perceived Usefulness*, *Perceived Usefulness* kepada *Intention to Use*, *Instrumental Use* kepada *Intention to Use*, *Perceived Ease of Use* kepada *Intention to Use*, dan *Ritualized Use* kepada *Intention to Use*. Hasil pengujian tersebut dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Estimasi SEM

	Estimate	S.E.	C.R.	P
PU ← PEOU	0,778	0,080	9,693	***
INT ← PU	1,221	0,170	7,196	***
INT ← IU	0,334	0,063	5,296	***
INT ← PEOU	-0,617	0,147	-4,194	***
INT ← RU	0,250	0,077	3,258	0,001

Hasil estimasi SEM yang menjadi dasar dari pengujian hipotesis berdasarkan tabel 2 dapat dilihat pada deskripsi berikut ini:

1. *Perceived Ease of Use* berpengaruh secara bermakna dan berdampak positif dengan *Perceived Usefulness*, yaitu 0,778.
2. *Perceived Usefulness* berpengaruh secara bermakna dan berdampak positif dengan *Intention to Use*, yaitu 1,221.
3. *Instrumental Use* berpengaruh secara bermakna dan berdampak positif dengan *Intention to Use*, yaitu 0,334.
4. *Perceived Ease of Use* tidak berpengaruh secara bermakna dan berdampak negatif dengan *Intention to Use*, yaitu -0,617.
5. *Ritualized Use* berpengaruh secara bermakna dan berdampak positif dengan *Intention to Use*, yaitu 0,250.

Pembahasan

Layanan *online streaming* sebagai salah satu kegiatan yang melebur dengan gaya hidup, telah membuka banyak potensi. Layanan *online streaming* memungkinkan *social commerce* untuk bermunculan (Sjöblom et al., 2019). Layanan *online streaming* juga membantu mempererat hubungan para developer, influencer, dan konsumen (Johnson & Woodcock, 2019). Luasnya potensi dari layanan *online streaming* telah memicu pemanfaatannya dalam berbagai cara, hal ini sesuai dengan perilaku manusia untuk mencari sesuatu yang baru. Keinginan untuk mengalami hal yang baru memicu orang untuk menggunakan layanan *online streaming* (Manis & Choi, 2019). Hal ini dapat dilihat pada variabel *Ritualized Use* yang berpengaruh secara bermakna dan positif dengan *Intention to Use* dengan nilai sebesar 0,250. Keinginan untuk lepas dari rutinitas yang membosankan meningkatkan rasa penasaran

manusia. Rasa penasaran manusia mendorong manusia untuk mencari suatu kegiatan baru yang dapat meringankan rasa bosan yang dialaminya. Rasa bosan dan potensi dari memanfaatkan teknologi membuat manusia untuk mencoba berbagai cara untuk mendapatkan uang. Hal ini menjadi pemicu banyaknya variasi dalam menggunakan *online streaming*. Layanan *online streaming* dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang seperti pariwisata, medis, musik, game, ataupun bidang lainnya.

Tersedianya teknologi baru yang memungkinkan untuk *streaming* telah mengubah cara konsumen untuk menikmati konten televisi (Tefertiller & Sheehan, 2019). Ketersediaan ini memicu peningkatan penggunaan layanan *online streaming* secara drastis sehingga meninggalkan teknologi lama yang konvensional. Hal ini dapat dilihat pada *Instrumental Use* yang berpengaruh secara bermakna dan positif dengan *Intention to Use* dengan nilai sebesar 0,334. Preferensi konsumen lebih condong ke layanan *online* dibandingkan dengan menggunakan televisi karena aksesibilitasnya. Aksesibilitas membantu konsumen yang sedang di luar atau sibuk agar dapat tetap mengonsumsi konten baik itu berupa berita, acara televisi, rekaman, konten pemasaran, dan sebagainya. Layanan *online streaming* mampu digunakan pada banyak produk seperti *smartphone*, *smart TV*, komputer, laptop, ataupun tablet. Hal ini memicu konsumen untuk lebih menggunakan produk-produk tersebut karena rata-rata rutinitas banyak mengandalkan produk-produk tersebut. Banyaknya waktu yang dihabiskan pada produk teknologi tertentu membuatnya menjadi teknologi yang sangat familiar untuk digunakan sehingga hal ini justru mendorong konsumen untuk tidak menggunakan televisi tradisional. Televisi tradisional tidak mempunyai banyak fitur dan acara yang ditampilkan sangat terbatas.

Hasil menunjukkan bahwa layanan *online streaming* mudah untuk digunakan dan hemat waktu. Layanan *online streaming* dapat mengakses acara yang ingin ditonton dengan lebih cepat dibandingkan dengan televisi tradisional. Layanan *online streaming* memungkinkan konsumen untuk menikmati hiburan dengan lebih efisien dan mudah untuk mengikuti informasi terbaru terkait topik (Basuki et al., 2022). Kemudahan yang disediakan dan keuntungan yang disediakan ini sesuai dengan *Perceived Usefulness* yang berpengaruh secara bermakna dan positif dengan *Intention to Use* dengan nilai sebesar 1,221. Kecepatan dan aksesibilitas memainkan peran besar sebagai kegunaan yang disediakan layanan *online streaming*. Namun, kegunaan yang disediakan bukan cuma sebatas itu, adapun fitur-fitur yang dapat membantu untuk mencari topik-topik yang saling berkaitan ataupun fitur rekomendasi yang dapat merekomendasikan video-video yang mungkin saja menarik bagi konsumen. Apabila ada video atau acara yang kurang menarik, akan direkomendasikan hal baru bagi yang mau merasakan konten yang tidak biasa. Layanan *online streaming* juga memungkinkan konsumen untuk menikmati konten dengan kualitas tinggi yang televisi tradisional tidak dapat sediakan. Apabila terdapat masalah atau butuh bantuan, akan ada *customer support* yang akan membantu konsumen dengan lebih baik. Layanan *online streaming* juga menyediakan fitur untuk mematikan iklan, privasi dan keamanan, integrasi dengan aplikasi lain, *video player* yang bisa disesuaikan dengan preferensi, dan masih banyak lagi. Banyaknya kegunaan yang

disediakan telah jauh melampaui televisi tradisional sehingga kegunaan memegang bagian yang cukup besar terhadap niat konsumen untuk menggunakan layanan *online streaming*.

Kemudahan akses dan penggunaan menjadi keuntungan terbesar yang dapat ditawarkan layanan *online streaming* sehingga berpengaruh besar terhadap kegunaan yang dimiliki layanan *streaming online*. Semakin berguna suatu teknologi maka akan semakin baik tingkat kesenangan yang dapat dirasakan oleh konsumen. Hal ini sesuai dengan *Perceived Ease of Use* yang berpengaruh secara bermakna dan positif dengan *Perceived Usefulness* dengan nilai sebesar 0,778. Hal ini menandakan seberapa pentingnya kemudahan akses dan penggunaan terhadap kegunaan layanan *streaming online*. Apabila televisi tradisional hanya bisa digunakan dengan menekan tombol remote dengan fitur yang terbatas, layanan *online streaming* dapat digunakan dengan *touch screen/touchpad* ataupun menggunakan *mouse/remote control* yang sudah menyediakan lebih banyak fitur. Apabila kesulitan untuk memahami cara menggunakan, akan ada arahan yang memberitahu cara menggunakannya atau bahkan mencarinya langsung dengan *browser*. Dengan banyaknya keringanan yang disediakan, hal ini pun berpengaruh besar terhadap kegunaan layanan *online streaming*.

Kemudahan akses dan penggunaan berpengaruh besar terhadap kegunaan, tetapi hal ini tidak cukup mendukung untuk memicu kemauan individu menggunakan layanan. Kemauan individu menggunakan didasarkan pada aspek lain yang lebih berpengaruh seperti konsep yang berbeda tapi tetap konsisten, penerapan, dan kegunaan yang ditawarkan. Hal ini sesuai dengan *Perceived Ease of Use* yang berpengaruh secara bermakna dan positif dengan *Intention to Use* dengan nilai sebesar -0,617. Hal ini juga dapat berarti layanan *online streaming* masih butuh peningkatan dalam aspek kemudahan akses dan penggunaan. Peningkatan pada aspek kemudahan akses dan penggunaan penting, tetapi aspek lain juga merupakan bagian yang perlu diperhatikan agar dapat meningkatkan potensi yang lebih besar lagi.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai tingkat penerimaan layanan *online streaming* di Batam serta motivasi dalam menggunakan layanan *online streaming*. Pendekatan kuantitatif menjadi metode yang akan digunakan untuk penelitian ini dan kuesioner akan disebarluaskan secara online. *Sampling method* yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *cluster disproportionate random sampling*. Analisis ini akan dilakukan dengan memanfaatkan aplikasi SPSS dan AMOS serta menerapkan pendekatan PLS-SEM untuk menguji hipotesis.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh yang bermakna dan positif dengan *Perceived Usefulness*, *Instrumental Use*, dan *Ritualized Use* memiliki pengaruh yang bermakna dan positif dengan *Intention to Use*. Namun *Perceived Ease of Use* tidak memiliki pengaruh yang bermakna dan dapat berdampak negatif dengan *Intention to Use*. Diketahui bahwa layanan *online streaming* dalam aspek kemudahan akses dan penggunaan sangat memerlukan improvisasi, tetapi aspek lain tetap perlu diperhatikan agar

dapat saling melengkapi dan mendukung. Peningkatan diharapkan dapat diwujudkan agar dapat terus mengembangkan perusahaan layanan *online streaming*.

DAFTAR PUSTAKA

Barata, M. L., & Coelho, P. S. (2021). Music Streaming Services: Understanding the Drivers of Customer Purchase and Intention To Recommend. *Helion*, 7(8). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07783>

Basuki, R., Tarigan, Z. J. H., Siagian, H., Limanta, L. S., Setiawan, D., & Mochtar, J. (2022). The Effects of Perceived Ease of Use, Usefulness, Enjoyment and Intention To Use Online Platforms on Behavioral Intention in Online Movie Watching During the Pandemic Era. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 253–262. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.9.003>

Camilleri, M. A., & Falzon, L. (2021). Understanding Motivations To Use Online Streaming Services: Integrating the Technology Acceptance Model (TAM) and the Uses and Gratifications Theory (UGT). *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 25(2), 217–238. <https://doi.org/10.1108/SJME-04-2020-0074>

Chen, W. K., Chen, C. W., & Silalahi, A. D. K. (2022). Understanding Consumers' Purchase Intention and Gift-Giving in Live Streaming Commerce: Findings from SEM and fsQCA. *Emerging Science Journal*, 6(3), 460–481. <https://doi.org/10.28991/ESJ-2022-06-03-03>

Edwin, J., & Irwansyah. (2021). Motivasi Milenial Menonton Layanan Streaming. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(1), 77–100. <https://doi.org/10.24815/jkg.v10i1.20210>

Johnson, M. R., & Woodcock, J. (2019). The Impacts of Live Streaming and Twitch.tv on the Video Game Industry. *Media, Culture and Society*, 41(5), 670–688. <https://doi.org/10.1177/0163443718818363>

Manis, K. T., & Choi, D. (2019). The Virtual Reality Hardware Acceptance Model (VR-HAM): Extending and Individuating the Technology Acceptance Model (TAM) for Virtual Reality Hardware. *Journal of Business Research*, 100, 503–513. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.10.021>

Pratama, D. Y., Iqbal, I. M., & Tarigan, N. A. (2019). Makna Televisi Bagi Generasi Z. *Inter Komunika : Jurnal Komunikasi*, 4(1), 88–103. <https://doi.org/10.33376/ik.v4i1.292>

Putra, P. O. H., Santosa, M. I., Hapsari, I. C., Hidayanto, A. N., & Kurnia, S. (2022). Turning Pirates into Subscribers: A Status Quo Bias Perspective on Online Movie Service Switching Intention. *Emerging Science Journal*, 6(5), 998–1016. <https://doi.org/10.28991/ESJ-2022-06-05-06>

Qian, T. Y., Wang, J. J., Zhang, J. J., & Lu, L. Z. (2020). It Is In the Game: Dimensions of E-sports Online Spectator Motivation and Development of a Scale. *European Sport Management Quarterly*, 20(4), 458–479. <https://doi.org/10.1080/16184742.2019.1630464>

Qisthina, F., & Ajii, H. M. (2022). Does Satisfaction After Watching the Trailer Affects Online Streaming Movies Subscription? Empirical Study on Netflix. *Communications in Humanities and Social Sciences*, 2(1), 22–29. <https://doi.org/10.21924/chss.2.1.2022.25>

Qiu, Q., Zuo, Y., & Zhang, M. (2021). Can Live Streaming Save the Tourism Industry from a Pandemic? A Study of Social Media. *ISPRS International Journal of Geo-*

Information, 10(9), 595. <https://doi.org/10.3390/ijgi10090595>

Raza, S. H., Yousaf, M., Sohail, F., Munawar, R., Ogadimma, E. C., & Siang, J. M. L. D. (2021). Investigating Binge-Watching Adverse Mental Health Outcomes During Covid-19 Pandemic: Moderating Role of Screen Time for Web Series Using Online Streaming. *Psychology Research and Behavior Management*, 1615–1629. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S328416>

Rendell, J. (2021). Staying in, Rocking out: Online Live Music Portal Shows During the Coronavirus Pandemic. *Convergence*, 27(4), 1092–1111. <https://doi.org/10.1177/1354856520976451>

Sjöblom, M., Törhönen, M., Hamari, J., & Macey, J. (2019). The Ingredients of Twitch Streaming: Affordances of Game Streams. *Computers in Human Behavior*, 92, 20–28. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.10.012>

Snyman, J. H., & Gilliard, D. J. (2019). The Streaming Television Industry: Mature or Still Growing? *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 13(4), 94–105. <https://doi.org/10.33423/jmdc.v13i4.2355>

Spilker, H. S., Ask, K., & Hansen, M. (2020). The New Practices and Infrastructures of Participation: How the Popularity of Twitch.tv Challenges Old and New Ideas About Television Viewing. *Information Communication and Society*, 23(4), 605–620. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1529193>

Tefertiller, A., & Sheehan, K. (2019). TV in the Streaming Age: Motivations, Behaviors, and Satisfaction of Post-Network Television. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 63(4), 595–616. <https://doi.org/10.1080/08838151.2019.1698233>