

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyan, R. (2021). *Video on Demand Naik Daun, Bagaimana Kondisi di Indonesia?* <https://teknologi.bisnis.com/read/20201003/84/1300143/video-on-demand-naik-daun-bagaimana-kondisi-di-indonesia>
- Alfian, M. U. (2021). *Pengaruh Web Series Netflix Terhadap Kebutuhan Film Hiburan Mahasiswa FISIP USU (Studi Kuantitatif Mengenai Pengaruh Web Series Netflix Terhadap Kebutuhan Film Hiburan Mahasiswa FISIP USU)*. 1–130.
- Amir, A. S., Nadjib, M., & Faiqah, F. (2016). *YOUTUBE SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI BAGI KOMUNITAS MAKASSARVIDGRAM*. Vol. 5, No. 2. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/1905/1063>
- APJII. (2020). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. <https://apjii.or.id/>
- BPS. (2020). *Badan Pusat Statistik Kota Makassar*. <https://makassarkota.bps.go.id/indicator/12/35/1/jumlah-penduduk.html>
- Britaniaca. (2020). *video-on-demand | Definition, Examples, & Facts | Britannica*. <https://www.britannica.com/technology/video-on-demand>
- Dermawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Elajanti. (2012). *Metode Penelitian*.
- Humaizi, M. . (2018). *Uses and Gratifications Theory*. Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Ichsani, N., & Amir, A. S. (2017). *Twitter of Jokowi: Analyzing President's Social Network*. 143(UICoSP), 105–108. <https://doi.org/10.2991/uicosp-17.2017.30>
- inet.detik. (2021). *Industri VOD Diproyeksikan Raup US\$ 85.759 Juta di 2021, Menjanjikan?* <https://inet.detik.com/business/d-5816399/industri-vod-diproyeksikan-raup-us-85759-juta-di-2021-menjanjikan>
- Libriani, E. I., Ruliana, P., & Yulianto, K. (2020). Pengaruh Motivasi Binge Watching terhadap Behavioral Involvement. *Warta ISKI*, 3(02), 144–153. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i02.71>
- M. Iqbal Hasan. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Ghalia Indonesia.
- Makassarkota.go.id. (2020). *SEJARAH KOTA MAKASSAR – MakassarKota*. <https://makassarkota.go.id/sejarah-kota-makassar/>
- Nanang Martono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif*. RajaGrafindo Persada.
- Netflix. (2021). *Netflix Indonesia - Watch TV Shows Online, Watch Movies Online*. <https://www.netflix.com/id-en/>
- Pewresearch. (2020). *What We Know About Gen Z So Far | Pew Research Center*.

<https://www.pewresearch.org/social-trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far-2/>

- Pittman, M., & Sheehan, K. (2015). Sprinting a media marathon: Uses and gratifications of binge-watching television through Netflix. *First Monday*, 20(10). <https://doi.org/10.5210/FM.V20I10.6138>
- Populix. (2020). *Fenomena Binge Watching dan Dampak Buruknya bagi Kesehatan*. <https://www.info.populix.co/post/binge-watching>
- PPID. (2020). *Website Resmi PPID Kota Makassar*. <https://ppid.makassarkota.go.id/>
- Shabrina, V. G. (2019). Pengaruh Revolusi Digital terhadap Pemasaran dan Perilaku Konsumen. *Perwata Indonesia*. <https://doi.org/10.25008/jpi.v1i2.16>
- Shim, H., & Kim, K. J. (2018). An exploration of the motivations for binge-watching and the role of individual differences. *Computers in Human Behavior*, 82, 94–100. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.12.032>
- Statista. (2020). *Berapa Pelanggan Streaming Netflix di Indonesia? | Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/13/berapa-pelanggan-streaming-netflix-di-indonesia>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet. Danandjadja.
- Sulselprov. (2020). *Kota Makassar Sul-Sel*. https://sulselprov.go.id/pages/info_lain/22
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Skripsi Dan Tesis*. Rajawali.
- Ypulse. (2021). *The Ranking of Gen Z & Millennials' Favorite Video Streaming Services Is Full of Surprises - YPulse*. <https://www.ypulse.com/article/2021/01/25/the-ranking-of-gen-z-millennials-favorite-video-streaming-services-is-full-of-surprises/>
- Zahara, E. N., & Irwansyah, I. (2020). Binge watching: cara baru menonton televisi sebagai dampak konvergensi media. *Jurnal Sositologi*, 19(2), 237–248. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2020.19.2.8>
- Zed, M. (2003). *Metode Penelitian Kepustakaan* (Z. Mestika (ed.)). Yayasan Obor Indonesia.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Kuesioner Penelitian Karakteristik Responden :

1. Nama/Inisial :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :

Petunjuk Pengisian Kuesioner.

1. Bacalah dengan teliti setiap pertanyaan dan pernyataan serta seluruh kemungkinan jawaban.
2. Berilah penilaian dengan memilih jawaban dari setiap pertanyaan yang mewakili anda.

Keterangan:

*Binge Watching = Nonton Marathon

Variabel X Netflix

1. Saya merasa Netflix menawarkan tayangan konten yang beragam
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
2. Saya merasa Netflix memiliki tayangan konten yang unik dan berbeda
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
3. Saya merasa Netflix memiliki desain yang mudah dipahami
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju
4. Saya merasa Netflix memiliki desain yang kekinian
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju

5. Saya merasa desain Netflix memiliki daya tarik yang kuat
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju

6. Saya tidak membutuhkan waktu yang lama untuk mencari konten menarik di Netflix
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju

7. Intensitas saya menonton konten di Netflix dalam sehari
 - a. Kurang dari 1 jam
 - b. Sekitar 1 – 3 jam
 - c. Sekitar 4 - 5 jam
 - d. Sekitar 6 - 7 jam
 - e. Lebih dari 7 jam

8. Jumlah konten Netflix yang pernah saya nonton dalam sehari
 - a. 1 konten
 - b. 2 – 3 konten
 - c. 4 – 5 konten
 - d. 6 – 7 konten
 - e. Lebih dari 7 konten

9. Frekuensi saya mengakses Netflix dalam sehari:
 - a. 1 kali
 - b. 2 kali
 - c. 3 kali
 - d. 4 kali
 - e. Lebih dari 5 kali

10. Frekuensi saya mengakses Netflix dalam seminggu:
 - a. Kurang dari 3 kali
 - b. 4 kali
 - c. 5 kali
 - d. 6 kali
 - e. Lebih dari 6 kali

Variabel Y Perilaku *Binge Watching*

11. Saya merasa melakukan Binge Watching adalah hal yang menarik
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju

12. Saya merasa melakukan Binge Watching adalah hal yang menghibur
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju

13. Melakukan Binge Watching membuat saya lebih terhubung dengan karakter pemain
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju

14. Melakukan Binge Watching membuat saya lebih mudah memahami alur cerita
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju

15. Saya melakukan Binge Watching ketika menonton konten yang saya antisipasi
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju

16. Saya melakukan Binge Watching ketika menonton genre kesukaan
 - a. Sangat Tidak Setuju
 - b. Tidak Setuju
 - c. Netral
 - d. Setuju
 - e. Sangat Setuju

17. Saya melakukan Binge Watching karna saya ingin menjadi orang pertama yang menonton keseluruhan konten

- a. Sangat Tidak Setuju
- b. Tidak Setuju
- c. Netral
- d. Setuju
- e. Sangat Setuju

18. Melakukan Binge Watching membuat saya tidak kesepian

- a. Sangat Tidak Setuju
- b. Tidak Setuju
- c. Netral
- d. Setuju
- e. Sangat Setuju

19. Saya melakukan Binge Watching ketika tidak ada hal lain yang harus dilakukan

- a. Sangat Tidak Setuju
- b. Tidak Setuju
- c. Netral
- d. Setuju
- e. Sangat Setuju

20. Saya melakukan Binge Watching ketika bersama keluarga atau teman

- a. Sangat Tidak Setuju
- b. Tidak Setuju
- c. Netral
- d. Setuju
- e. Sangat Setuju

21. Saya melakukan Binge Watching agar saya nantinya memiliki topik menarik yang bisa dibicarakan ke orang lain

- a. Sangat Tidak Setuju
- b. Tidak Setuju
- c. Netral
- d. Setuju
- e. Sangat Setuju

Hasil Uji Validitas Kuesioner Layanan *Video On Demand Netflix*

| Item | r _{hitung} | r _{tabel 5% (348)} | Keterangan |
|---------|---------------------|-----------------------------|--------------|
| Item 1 | 0,292 | 0,104 | <i>Valid</i> |
| Item 2 | 0,404 | 0,104 | <i>Valid</i> |
| Item 3 | 0,387 | 0,104 | <i>Valid</i> |
| Item 4 | 0,449 | 0,104 | <i>Valid</i> |
| Item 5 | 0,407 | 0,104 | <i>Valid</i> |
| Item 6 | 0,324 | 0,104 | <i>Valid</i> |
| Item 7 | 0,401 | 0,104 | <i>Valid</i> |
| Item 8 | 0,271 | 0,104 | <i>Valid</i> |
| Item 9 | 0,378 | 0,104 | <i>Valid</i> |
| Item 10 | 0,339 | 0,104 | <i>Valid</i> |

Hasil Uji Validitas Kuesioner Perilaku *Binge Watching*.

| Item | r _{hitung} | r _{tabel 5% (348)} | Keterangan |
|---------|---------------------|-----------------------------|--------------|
| Item 11 | 0,613 | 0,104 | <i>Valid</i> |
| Item 12 | 0,615 | 0,104 | <i>Valid</i> |
| Item 13 | 0,607 | 0,104 | <i>Valid</i> |
| Item 14 | 0,589 | 0,104 | <i>Valid</i> |
| Item 15 | 0,427 | 0,104 | <i>Valid</i> |
| Item 16 | 0,438 | 0,104 | <i>Valid</i> |
| Item 17 | 0,330 | 0,104 | <i>Valid</i> |
| Item 18 | 0,583 | 0,104 | <i>Valid</i> |
| Item 19 | 0,428 | 0,104 | <i>Valid</i> |
| Item 20 | 0,168 | 0,104 | <i>Valid</i> |
| Item 21 | 0,380 | 0,104 | <i>Valid</i> |

Hasil Uji Reliabilitas

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's | |
| Alpha | N of Items |
| .796 | 21 |