

Perubahan Gaya Hidup Pengguna Netflix (Studi Pada Mahasiswa FIKOM Universitas Indonesia Maju)

Shulhuly Ashfahani¹, Muhammad Fajar Primantara², Irmawati³, Rosita Umi Asih⁴,
Aiqal Fasya⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Indonesia Maju Jakarta

Email correspondent: ¹shulhuly.a@gmail.com

Abstrak

Penggunaan internet dalam kehidupan masyarakat saat sekarang ini sudah beragam. Tidak hanya untuk keperluan pekerjaan, namun sudah merambat ke berbagai kebutuhan lainnya. Internet digunakan sebagai media komunikasi bahkan juga untuk media hiburan. Penggunaan televisi sudah mulai digantikan dengan hadirnya layanan *Video on Demand* seperti Netflix yang memanjakan pengguna untuk mengakses tayangan dimanapun dan kapanpun. Penggunaan Netflix menandakan adanya perubahan gaya hidup dari penggunanya yang disesuaikan dengan daya tarik mereka terhadap tontonan yang mereka saksikan. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui perubahan gaya hidup pengguna Netflix di kalangan mahasiswa FIKOM Universitas Indonesia Maju. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif melalui observasi dan wawancara dengan 3 (tiga) sumber informasi. Hasil yang diperoleh adalah adanya perubahan gaya hidup yang terjadi pada mahasiswa FIKOM Universitas Indonesia Maju, yaitu adanya aktivitas *binge watching* dan mengikuti tren fashion serta budaya asing dalam kehidupan sehari-hari sejak berlangganan dan menikmati tayangan yang disuguhkan oleh Netflix.

Kata kunci: gaya hidup, mahasiswa, netflix

Abstract

The use of the internet in people's lives today is already varied. Not only for work purposes, but has spread to various other needs. The internet is used as a media of communication, even for entertainment. The use of television has begun to be replaced with the presence of Video on Demand services such as Netflix which allow users to access the shows anywhere and anytime. The use of Netflix indicates a change in the lifestyles of its users according to their interest in the shows they watch. The purpose of this research is to determine changes in the lifestyle of Netflix users among FIKOM students at the University of Indonesia Maju. The research methods used in this study are qualitative through observation and interviews with 3 (three) sources of information. The results obtained are lifestyle changes that occur in FIKOM Universitas Indonesia Maju students, namely binge watching activities and following fashion trends and foreign cultures in everyday life since subscribing and enjoying shows presented by Netflix.

Keywords: *lifestyle, student, netflix*

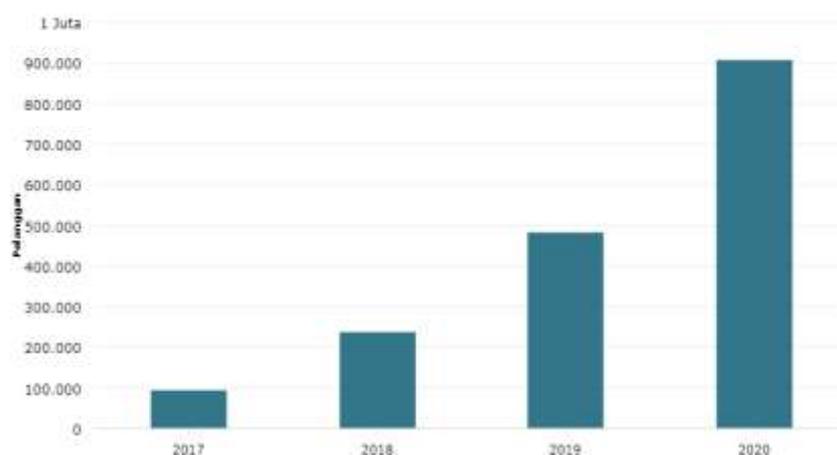
Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi sangat pesat dari waktu ke waktu. Perkembangan ini tidak hanya merambah pada dunia industri akan tetapi juga pada perusahaan media, termasuk mengubah pola dan konsep suatu media seperti media massa cetak maupun elektronik. Berdasarkan teknologinya, media massa dibagi menjadi dua yaitu media konvensional dan media baru.

Media baru serta teknologi yang terus berkembang selalu hadir dengan berbagai bentuk serta fiturnya, salah satunya yaitu pada ranah hiburan. Media baru yang bermunculan seperti media *streaming* baik dalam konten berupa video atau audio menjadi sebuah media yang digunakan secara rutin oleh masyarakat dalam kegiatan sehari-hari.¹ Layanan *streaming* salah satu fungsinya dapat digunakan untuk menonton film. Wibowo² mengungkapkan kehadiran film yang saat ini telah terdigitalisasi membuat film yang dulunya harus menyediakan sebuah *player* atau alat pemutar VCD/DVD, sekarang dapat dimainkan melalui peralatan komputer/laptop, bahkan melalui *smartphone* maupun tablet.

Layanan *streaming* untuk menikmati film yang menjadi perhatian saat ini adalah *Video on Demand* (VoD) berbayar. Layanan VoD berbayar merupakan sebuah layanan yang penggunaannya dibebani biaya berlangganan (umumnya bulanan) untuk dapat memilih dan menikmati konten secara bebas yang telah disediakan oleh penyedia layanan VoD tersebut dimanapun dan kapanpun selama pengguna terkoneksi dengan internet tanpa ada jadwal penyiaran tertentu. Konsep VoD berbayar ini banyak ditemukan dalam layanan streaming online yang diberikan oleh beberapa perusahaan yang bergerak di bidang sewa film seperti: Netflix, Disney+, Vidio.com, Iflix dan sebagainya. Di Indonesia sendiri, pelanggan Netflix dari tahun 2017 sampai 2020 mengalami peningkatan, seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1³ terkait pertumbuhan pelanggan Netflix di Indonesia dibawah ini:

Gambar 1. Pelanggan Streaming Netflix Indonesia 2017-2020



Sumber: databoks.katadata.co.id

Pertumbuhan pelanggan Netflix di Indonesia disebabkan beberapa hal seperti beragamnya konten pilihan yang disediakan. Netflix memiliki beberapa konten yang menarik, diantaranya konten romantis yang paling banyak disukai penggunaannya, selain itu ada juga konten edukasi, konten petualangan dan konten aksi. Dengan tingginya pengguna Netflix di Indonesia, secara tidak langsung menjadikan perubahan gaya hidup baru bagi kalangan masyarakat saat ini. Dimana perubahan gaya hidup itu berkaitan dengan aktivitas keseharian yang tidak terlepas dari internet dan genggaman gawai yang biasa

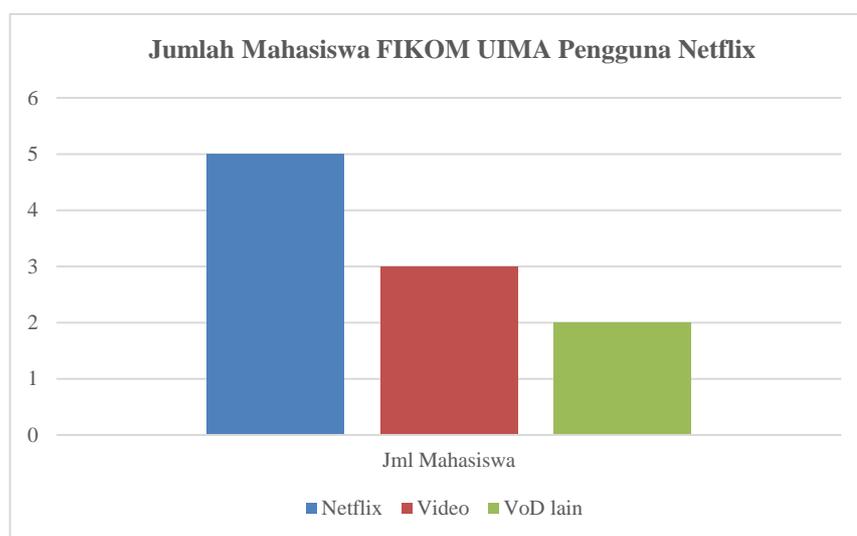
disebut dengan gaya hidup digital.

Gaya hidup digital dalam hal ini Netflix dapat memberikan berbagai dampak terhadap pola perilaku penggunaannya, salah satunya adalah *binge watching*. *Binge watching* adalah suatu aktivitas seseorang yang dinyatakan kecanduan dalam menonton serial TV atau film dengan menonton lebih dari 2 episode dalam satu waktu. Hal ini dapat memberikan dampak buruk bagi kesehatan pengguna seperti kelelahan dan insomnia akibat dari tidak adanya aktivitas berpindah-pindah dan hanya fokus dalam tayangan yang disaksikan hingga berjam-jam lamanya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Prabowo⁴, pengguna Netflix di Indonesia didominasi oleh kelompok perempuan dengan presentase 55,47%. Rentang usia pengguna Netflix yaitu usia 15 tahun hingga usia 40 tahun. Pengguna tertinggi terletak di usia 21-25 tahun yang berprofesi sebagai mahasiswa. Selain itu pengguna Netflix juga didominasi oleh para pekerja yang bekerja di sektor formal.

Dari penelitian diatas dapat diketahui bahwa pengguna Netflix tertinggi berada pada usia 21-25 tahun yang berprofesi sebagai mahasiswa, dan berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan peneliti kepada 10 (sepuluh) mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia Maju (FIKOM UIMA) diperoleh hasil, 5 (lima) mahasiswa merupakan pengguna Netflix, sedangkan 5 (lima) lainnya menggunakan 3 (tiga) aplikasi *Video on Demand* (VoD) lain, seperti yang dapat dilihat pada Gambar. 2 dibawah ini:

Gambar 2. Jumlah Mahasiswa FIKOM UIMA Pengguna Netflix



Sumber: Olahan Peneliti, 2022

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti ingin mengetahui bagaimana gaya hidup mahasiswa FIKOM UIMA sebagai pengguna Netflix dan mendorong peneliti untuk meneliti terkait topik tersebut.

Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Creswell dalam Nasution⁵ menyatakan bahwa kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai atau diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi. Selain itu menurut

Sugiyono dalam Prasanti⁶ metode penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Penggunaan metode penelitian deskriptif kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan dan menginterpretasikan perubahan gaya hidup mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia Maju (FIKOM UIMA) yang merupakan pengguna Netflix. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan wawancara mendalam dengan informan. Pelaksanaan wawancara mendalam dilakukan melalui tatap muka dan menggunakan pedoman wawancara. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan metode tatap muka langsung atau melalui media interaktif.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah melalui kuesioner dan wawancara. Kuesioner digunakan untuk mengetahui mahasiswa FIKOM UIMA yang berlangganan VoD Netflix. Kemudian untuk mengetahui terkait pendapat dan perubahan gaya hidup para pengguna VoD Netflix, maka peneliti mewawancarai mahasiswa FIKOM UIMA yang berdasarkan hasil kuesioner merupakan pelanggan layanan VoD Netflix. Berikut data mahasiswa pelanggan Netflix yang menjadi informan dalam penelitian ini:

Tabel 1. Data Informan

No	Nama	Jenis Kelamin	Lama Penggunaan
1	Agnes	Perempuan	6 bulan
2	Husen Hidayat	Laki-laki	1 tahun
3	Septio Saputra	Laki-laki	6 bulan

Alasan memilih 3 orang informan dikarenakan informan tersebut memenuhi kriteria selain sebagai mahasiswa FIKOM UIMA juga berlangganan layanan *Video On Demand (VOD)* Netflix lebih dari 6 bulan.

Selain teknik pengumpulan data, dalam penelitian kualitatif juga dibutuhkan analisis data. Analisis data dalam penelitian ini merupakan proses berkelanjutan yang dilakukan mulai sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai dari lapangan. Sebelum peneliti memasuki lapangan, analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan atau data sekunder untuk menentukan fokus penelitian, akan tetapi masih bersifat sementara dan akan berkembang selama penelitian. Selama di lapangan analisis dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu, apabila belum memuaskan maka peneliti akan melanjutkan lagi sampai datanya kredibel. Seperti yang diungkapkan Sugiyono dalam Nasution⁵ aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas hingga datanya jenuh. Aktivitas dalam analisis data ini meliputi *data reduction*, *data display* dan *conclusion drawing/verification*.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data pada penelitian ini adalah dari data yang sudah terkumpul, peneliti segera mereduksi data tersebut, dalam hal ini peneliti merangkum, memilih data yang pokok dan penting. Langkah selanjutnya adalah mendisplay data atau menyajikan data dalam bentuk teks yang bersifat naratif atau berupa grafik dan chart. Setelahnya peneliti melakukan verifikasi atau membuat kesimpulan yang masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

Hasil dan Pembahasan

Yanda dalam Rizaldy⁷ mendefinisikan *Video on Demand* (VoD) sebagai suatu layanan yang didalamnya berisi berbagai konten layanan TV, film, drama dengan berbagai macam *genre*, serta serial TV yang penggunaannya cukup diakses dengan menggunakan ponsel pintar yang terhubung dengan layanan internet. Terkait definisi dari *Video on Demand* (VoD), para informan mengutarakan hal yang hampir sama dengan yang diungkapkan Yanda, yaitu layanan *video streaming* berlangganan dimana user (pengguna internet) dapat mengontrol atau memilih program pilihan video yang di tonton melalui jaringan internet.

Salah satu layanan VoD yang masuk ke Indonesia adalah Netflix. Netflix merupakan layanan *streaming* yang legal dan menjadi wadah bagi orang-orang yang ingin menonton dan menikmati film dan series dengan berbagai jenis *genre* dan dari berbagai jenis negara. Netflix memiliki konten yang dijuluki sebagai “Netflix Originals”. Netflix menyediakan berbagai jenis *genre* yang dapat dinikmati oleh penggunanya, antara lain romantis, horor, fiksi ilmiah, fantasi, komedi, documenter, serta banyak lagi lainnya⁸. Bagi para informan, alasan memilih layanan VoD Netflix dibanding VoD lainnya adalah selain karena harga langganannya yang lebih murah dibanding yang lain, Netflix juga memberikan pilihan series yang banyak dan film garapannya yang bagus.

Gaya hidup merupakan cara hidup seseorang dalam menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya dan apa yang mereka pikirkan tentang mereka sendiri dan dunia sekitarnya. Menurut Sutisna dalam Sabrina, dkk⁹ gaya hidup adalah bagaimana seseorang dalam membelanjakan uang dan melakukan aktivitas yang dimiliki dalam memenuhi kebutuhannya dengan tetap memandang lingkungan eksternal dimana berada. Begitupun dengan definisi yang diungkapkan oleh Minor dan Mowen dalam Dewi dan Samuel¹⁰ yang mendefinisikan gaya hidup sebagai pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Dalam hal ini mahasiswa FIKOM UIMA sebagai pelanggan layanan Netflix, membelanjakan uangnya untuk berlangganan aplikasi Netflix lalu melakukan aktivitas berupa menonton program-program yang tersedia di Netflix dalam rangka memenuhi kebutuhan mereka akan hiburan dan informasi.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti kepada ketiga informan yang jika dijelaskan melalui definisi gaya hidup menurut Kotler dalam Paendong dan Tielung¹¹ adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya, bila dikaitkan dengan penelitian ini pola hidup narasumber diekspresikan dengan aktivitas, minat serta opini terhadap *Video on Demand* (VoD) Netflix.

Selain itu gaya hidup didefinisikan bagaimana seseorang hidup, termasuk bagaimana seseorang menggunakan uangnya, dan bagaimana dia bisa mengalokasikan waktunya, dan sebagainya¹². Informan dalam penelitian ini gaya hidupnya adalah menikmati layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix karena mereka menggunakan uang dan mengalokasikan waktunya untuk berlangganan dan menikmati layanan *Video on Demand* (VoD) Netflix tersebut.

Perubahan gaya hidup yang dirasakan oleh informan sebagai pengguna layanan Netflix dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor yang berasal dari diri individu (*internal*) dan faktor yang berasal dari luar (*eksternal*) seperti yang diungkapkan oleh Nugraheni dalam Wahyuni dan Ruyadi¹³, dimana yang masuk kedalam faktor internal adalah sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi, sedangkan untuk faktor eksternal adalah kelompok referensi, keluarga, kelas sosial dan kebudayaan. Faktor internal sikap adalah suatu keadaan jiwa dan keadaan pikiran yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya. Keadaan jiwa dan keadaan pikiran yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan juga dirasakan oleh informan sebagai pengguna layanan

Netflix karena berdasarkan hasil wawancara diperoleh bahwa informan memberikan tanggapan terhadap program Netflix yang di dukung oleh lingkungan sosialnya

Faktor internal selanjutnya adalah pengalaman dan pengamatan yang apabila dikaitkan dengan hasil penelitian adalah pengalaman dalam menggunakan layanan Netflix menjadikan pandangan mereka terhadap Netflix lebih baik dan menjadi pilihan daripada *Video on Demand (VoD)* lain. Terkait kepribadian yang diartikan sebagai konfigurasi karakteristik individu dan cara perilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu, pada penelitian ini karakteristik informan yang menjadi sumber informasi pada penelitian ini adalah individu yang menyukai banyak pilihan seperti ketika berlangganan Netflix, mereka disuguhkan bermacam pilihan film yang tidak semua layanan *Video on Demand (VoD)* memiliki film-film tersebut

Konsep diri yang merupakan faktor internal ketiga dalam perubahan gaya hidup yaitu bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Dalam penelitian ini, informan berminat untuk berlangganan layanan *Video on Demand (VoD)* Netflix karena memandang dirinya membutuhkan hiburan yang dapat terfasilitasi melalui program acara yang ada di Netflix. Selanjutnya terkait motif, jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis. Motif yang menjadi alasan informan berlangganan Netflix adalah motif kebutuhan akan hiburan dan informasi. Faktor internal terakhir yang merubah gaya hidup adalah persepsi, dimana persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia. Dalam hal ini informan memilih, mengatur dan menginterpretasikan suatu informasi untuk membentuk gambaran tentang Netflix.

Faktor eksternal yang pertama dan mempengaruhi gaya hidup adalah kelompok referensi dimana kelompok referensi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah mahasiswa di lingkungan FIKOM UIMA. Teman-teman mahasiswa tersebut secara langsung atau tidak langsung dapat memberikan pengaruh terhadap gaya hidup informan dalam memilih layanan VoD Netflix dibanding layanan VoD lainnya. Selanjutnya adalah faktor keluarga, kelas sosial dan kebudayaan yang dalam penelitian ini, faktor-faktor tersebut tidak mempengaruhi perubahan gaya hidup informan ketika memutuskan untuk berlangganan Netflix.

Gaya hidup juga memiliki beberapa indikator yang menurut Kotler dan Keller dalam Kartikasari¹⁴ terdiri dari minat, aktivitas, dan opini. Minat gaya hidup merupakan ketertarikan individu untuk melakukan berbagai aktivitas atau perilaku yang mewakili gaya hidup yang diinginkannya. Dalam penelitian ini, minat informan adalah berlangganan layanan VoD Netflix karena dapat memenuhi kebutuhan informan akan hiburan dan informasi. Selanjutnya aktivitas yaitu cara individu dalam mempergunakan waktunya untuk mencari kesenangan walau dengan konsekuensi mengeluarkan biaya besar. Indikator gaya hidup informan dalam penelitian ini berupa aktivitas mengeluarkan biaya untuk berlangganan VoD Netflix. Indikator selanjutnya adalah opini yaitu tanggapan yang diberikan individu mengenai dirinya sendiri dan produk-produk yang berkaitan dengan kesenangan hidupnya. Selain itu, opini merupakan cara pandang individu dalam rangka mempertahankan dan membela gaya hidupnya. Tanggapan informan dalam penelitian ini mengenai layanan VoD Netflix adalah baik, karena melalui Netflix, informan dapat menyalurkan kesenangan dan hobinya.

Dorongan kebutuhan yang muncul karena gaya hidup, dapat memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian. Menurut Widjaja dalam Christianus¹⁵ terdapat empat kategori yang menjadi motif dalam proses pembelian oleh konsumen karena gaya hidup, yaitu *utilitarian purchase* (pembelian produk bermanfaat), *indulgences* (kesukaan atau memanjakan diri), *lifestyle luxuries* (gaya hidup mewah), dan *aspirational luxuries* (hasrat kemewahan). *Utilitarian Purchase* (pembelian produk bermanfaat) yaitu konsumen membelanjakan produk ini dalam kondisi tidak sangat mendesak membutuhkan, tetapi memberikan keyakinan bahwa produk atau jasa yang dibelinya akan

meningkatkan kehidupan yang lebih baik atau lebih mudah. *Indulgences* (kesukaan atau memanjakan diri) yaitu individu mencoba untuk hidup menikmati sedikit kemewahan tanpa banyak menambah pengorbanan dan pengeluarannya. Gratifikasi dari produk atau jasa ini terletak pada faktor emosional. *Lifestyle Luxuries* (gaya hidup mewah) menawarkan manfaat dan kegunaan bagi konsumen berubah meningkatkan *prestige, image, dan superior quality* dari sebuah merek. Dalam hal ini, peranan merek menjadi gratifikasi konsumen untuk membeli produk atau jasa. *Aspirational Luxuries* (hasrat kemewahan) seiring dengan *indulgences, aspirational luxuries* akan memuaskan konsumen dari aspek kebutuhan emosionalnya. Melalui pembelian, konsumen dapat mengekspresikan dirinya, sistem nilai, minat dan hasratnya.

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa informan dalam penelitian ini mempunyai motif *utilitarian purchase* dan *indulgences*, karena motif informan berlangganan layanan VoD Netflix adalah untuk membuat hidupnya lebih mudah dalam mendapatkan informasi dan hiburan. Selain itu, mereka juga berlangganan untuk menyalurkan kesukaan dan memanjakan diri.

Terkait perubahan gaya hidup, yang diperoleh berdasarkan wawancara yang dilakukan bahwa informan adalah para informan yang semula gaya hidupnya hanya menikmati tontonan secara bertahap tiap episodenya tetapi dengan berlangganan Netflix, para informan jadi mempunyai aktivitas *binge watching* yang menurut Merikivi, dkk dalam Zahara dan Irwansyah¹⁶ adalah sebagai praktik menonton lebih dari satu episode konten video serial yang sama dalam sekali duduk dengan kecepatan dan waktu yang pengguna tentukan sendiri. Selain itu perubahan gaya hidup yang dirasakan oleh para informan adalah pola hidup konsumtif dengan mengeluarkan biaya khusus untuk berlangganan layanan VoD Netflix

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa informan menggunakan layanan aplikasi Netflix berbayar karena faktor internal maupun eksternal informan antara lain untuk mendapatkan tontonan yang beragam, bagus dan menarik dengan harga yang lebih murah daripada platform *Video on Demand* lain. Perubahan gaya hidup yang dirasakan oleh informan adalah adanya aktivitas *binge watching* yaitu praktik menonton lebih dari satu episode konten video serial yang sama dalam sekali duduk dengan kecepatan dan waktu yang informan tentukan sendiri (menonton marathon). Selain aktivitas *binge watching*, perubahan gaya hidup yang terjadi dengan informan adalah mengikuti tren fashion dan kebudayaan negara asing dalam kehidupan sehari-hari.

References

1. Kurniansyah A dan RMUM. Motif Penggunaan Media Streaming JOOX (Studi Kasus pada Mahasiswa Kota Bandung Pengguna JOOX). In Bandung: Telkom University; 2020. p. 1703–11.
2. Wibowo TO. Fenomena Website Streaming Film di Era Media Baru: Godaan, Perselisihan, dan Kritik. *J Kaji Komun.* 2018;6(2):191–203.
3. Pelanggan Streaming Netflix Indonesia 2017-2020. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/13/berapa-pelanggan-streaming-netflix-di-indonesia.2020>.
4. Prabowo R. Analisis Loyalitas Pengguna Layanan Video on Demand Berlangganan Netflix Menggunakan Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah; 2019.
5. Nasution EYP. Analisis Terhadap Disposisi Berpikir Kreatif Siswa Pada Pembelajaran Matematika. *Edumatika Jurnal Riset Pendidikan Matematika.* Edumatika J Ris Pendidik Mat. 2018;1(1):44–55.
6. Prasanti D. Penggunaan Media Komunikasi bagi Remaja Perempuan dalam Pencarian Informasi Kesehatan (Studi Kualitatif tentang Penggunaan Media Komunikasi bagi Remaja Perempuan dalam Pencarian Informasi

- Kesehatan). Lontar. 2018;6(1):13–21.
7. Rizaldy DV. Video on Demand: Cara Mudah Menonton Film (Studies on Consumer Behavior). *Senmakombis*. 2020;4(1):1–8.
 8. Sari, Ni Putu P. A, I Gusti Agung A. S ADP. Motif dan Kepuasan Pengguna Netflix sebagai Media Streaming di Kalangan Remaja Kota Denpasar. *J Ilm Mhs Ilmu Komun Mediu*. 2021;2(2):1–8.
 9. Sabrina HEDSAMTP. Pengaruh Gaya Hidup dan Pengetahuan terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan di Kota Medan. *Juripol J Institusi Politek Ganesha Medan*. 2022;5(1):67–77.
 10. Dewi MN dan HS. Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle), Harga, Promosi terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata (Destination) (Studi Kasus pada Konsumen Artojaya Tour & Travel Surabaya). *J Manaj Pemasar Petra*. 2015;3(1):1–13.
 11. Paendong M dan MVJT. Pengaruh Kebutuhan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren di Galeri Smartfren Cabang Manado. *J Berk Ilm Efisiensi*. 2016;16(04):387–95.
 12. Prasetyo R dan JJOII. *Perilaku Konsumen*. Andi Offset; 2016.
 13. Wahyuni S dan YR. Faktor yang Melatarbelakangi Perubahan Gaya Hidup Anak pada Keluarga Tenaga Kerja Wanita. *Societas*. 2018;8(01):490–5.
 14. Kartikasari Y. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Impor dengan Persepsi Kualitas sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya). *J Ilm Mhs FEB*. 2017;5(2):1–15.
 15. Christianus I. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Smartphone XIAOMI (Studi Kasus pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Kampus I Universitas Sanata Dharma Yogyakarta). Universitas Sanata Dharma; 2017.
 16. Zahara EN dan I. Binge Watching: Cara Baru Menonton Televisi sebagai Dampak Konvergensi Media. *J Sositoteknologi*. 2020;19(2):237–48.