

Representasi Nilai-nilai Edukasi dalam Netflix bagi Generasi Z

Azizah Savira, Bagus Muhammad Yusuf, Jeremy Putra Budi
Salenus, Lilla Sesliya Ifadah, Nerissa Mutiara Murpratiwi,
Vera Wijayanti Sutjipto

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta,

E-mail: nerissamutiaraaa@gmail.com

Abstract

Various platform services for streaming have been developed in this day and age, including the very famous one today, namely, Netflix. Netflix is a streaming service that provides various tv series, documentaries, and movies that have spread in 190 countries. In this case Netflix is widely used as an entertainment medium. However, in this study, we will focus on the problem of how to represent the educational values that can be obtained through Netflix in Generation Z. The research method used in this study is a qualitative research method. The results of the research that we got are that Netflix as a streaming service media can provide educational values such as the morals of life, language, and technology from the country the film/series is produced in, the meanings contained in the films/series they watch, as well as what influence is exerted through it. films/series provided by Netflix to Generation Z.

Keywords: Education values, Netflix, Generation Z

Abstrak

Berbagai layanan platform untuk menonton secara online telah banyak dikembangkan pada zaman sekarang, termasuk yang sangat terkenal saat ini yaitu, Netflix. Netflix merupakan layanan streaming yang menyediakan berbagai tv series, documenter, dan film yang telah tersebar di 190 negara. Dalam hal ini Netflix banyak digunakan sebagai media hiburan. Namun, pada penelitian kali ini kami akan memfokuskan permasalahan pada bagaimana representasi nilai-nilai edukasi yang bisa didapatkan melalui Netflix pada generasi Z. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian yang kami dapatkan adalah Netflix sebagai media layanan streaming dapat memberikan nilai edukasi seperti bahasa dan budaya dari negara film/series itu diproduksi, makna-makna yang terkandung dari film/series yang mereka tonton, serta pengaruh apa yang diberikan melalui fillm/series yang disediakan oleh Netflix kepada generasi Z.

Kata kunci: Nilai edukasi, Netflix, Generasi Z

PENDAHULUAN

Sudah setahun lebih, dunia dilanda fenomena pandemi covid-19, virus yang disebabkan oleh akut sindrom pernafasan coronavirus 2 (SARS-CoV-2). Masa pandemi *covid-19* saat ini memberikan dampak di hampir semua aspek kehidupan. Kebanyakan aktivitas dilakukan secara daring, seperti sekolah, kerja (*Work from Home*), dan lainnya. Dengan adanya kebijakan aktivitas oleh pemerintah yang mewajibkan masyarakat untuk tetap di rumah saja membuat sarana hiburan menjadi terbatas. Hal ini akhirnya menyebabkan banyaknya masyarakat umum yang berlangganan layanan *streaming*, seperti Netflix, demi memenuhi kebutuhan hiburannya masing-masing.

Netflix adalah penyedia layanan *streaming* berlangganan yang menyediakan beraneka macam tv series, dokumenter, serta film yang meliputi ragam genre dan bahasa. Layanan *streaming* ini dibentuk pada tahun 1997 di Amerika dan sekarang telah tersebar lebih dari 190 negara. Dengan adanya Netflix, pelanggan dapat melakukan *streaming* tanpa adanya iklan serta bisa dilakukan di mana pun dan kapan pun asalkan sudah terhubung dengan internet (Prabowo, 2019). Dilansir dari *BBC* (Sherman, 2021), Netflix mengalami pelonjakan jumlah pengguna hingga lebih dari 200 juta pengguna atau meningkat 30 persen dari tahun 2019. Berdasarkan data tersebut, dapat diketahui bahwa pandemi *covid-19* memberikan efek pada kenaikan jumlah pengguna Netflix sebagai salah satu fasilitas hiburan untuk tetap di rumah saja.

Awalnya, Netflix hanya menyiarkan konten yang telah diproduksi oleh televisi dan bioskop. Namun, seiring dengan berjalannya waktu, Netflix mulai memproduksi konten asli mereka untuk disiarkan melalui *platform*-nya secara

online untuk memenuhi permintaan konsumen. Pada tahun 2018 terdapat 1.569 tv series dan 4.010 film yang sudah ditayangkan melalui Netflix US. Dari sekian banyak konten yang disediakan oleh Netflix, audiens akan memilih film atau tv show yang mereka minati dengan beralih untuk hiburan. Namun, selain memberikan sisi hiburan kepada audiens, Netflix juga dapat memberikan sisi edukasi secara tidak langsung, khususnya Generasi Z.

Terdapat beberapa generasi yang dikelompokkan sampai saat ini, setiap generasi memiliki karakteristiknya tersendiri dimulai dari Generasi *Baby Boomers*, Generasi Y, Generasi X, dan yang terakhir saat ini Generasi Alfa. (Firamadhina and Krisnani 2021).

Generasi Z adalah orang-orang yang lahir pada tahun 1995-2010. Generasi Z disebut dengan *i-generation* atau generasi yang sejak dini sudah terpapar oleh teknologi dan internet. Oleh karena itu, internet dan Generasi Z merupakan satu hal yang sudah tidak bisa dipisahkan saat ini.

Kebergantungan akses internet ini membuat Generasi Z menjadikannya sebagai sumber referensinya dalam memenuhi kebutuhan informasi maupun mencari hiburan. Hal ini dicontohkan dengan kebiasaan mereka menghabiskan waktu istirahat menselancari *website*, bermain media sosial, maupun menonton film melalui layanan *streaming*. Tentunya hal berikut selaras dengan anggapan populer yang menyebutkan bahwa Generasi Z mempunyai yang tinggi terhadap teknologi (Zis, Effendi, and Roem 2021). Teknologi dengan berbasis internet ini dianggap dapat menjadi strategi media pembelajaran yang menarik bagi Generasi Z (Pujiono 2021).

Pada penelitian yang dituliskan oleh Qurniawati dijelaskan bahwa terdapat empat kebiasaan yang dapat

mencirikan Generasi Z saat menjadi konsumen internet: 1) Memiliki ketertarikan pada sebuah teknologi baru, 2) Menginginkan kemudahan dalam pemakaian, 3) Mencari rasa aman, 4) Ketertarikan untuk menghindari realitas yang ada (Qurniawati 2018).

Mendukung dari empat kebiasaan tersebut, diketahui bahwa terdapat 45% Generasi Z mengakses sebuah informasi dari media sosial dan 97% didalamnya memakai teknologi ponsel pintar sebagai medianya. Melalui media sosial, Gen Z menganggap mereka bisa lebih mudah untuk mendapatkan informasi secara langsung. Informasi yang didapatkan pun bisa lebih beragam, memiliki perspektif yang lebih luas, cepat dalam penyebarannya, dan audiens dapat memiliki kebebasan dalam mencari informasi (Indrajaya and Lukitawati 2019).

Ketertarikan lain Gen Z selain mencari informasi dengan ponsel pintar adalah mencari hiburan melalui layanan *streaming*, contohnya seperti Netflix yang telah digunakan 850 ribu pengguna di Indonesia (Edwin and Irwansyah 2021).

Dalam hal ini teori *Uses and Gratification* juga menjelaskan bahwa audiens merupakan seseorang yang mempunyai kebebasan dalam menentukan bagaimana mereka memanfaatkan sebuah media dan dampak yang ingin didapatkan dari media tersebut, teori ini juga memberikan pernyataan bahwa audiens yang bersifat aktif dalam memilih media yang dapat memuaskan kebutuhan mereka (Humaizi 2018).

Oleh karena itu, dalam penelitian ini kami merumuskan 2 rumusan masalah yang ingin kami ketahui, : (1) Apakah tujuan dari Generasi Z dalam berlangganan Netflix? (2) Bagaimana pengaruh penggunaan Netflix pada

Generasi Z?

METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan pendekatan yang berlandaskan filsafat enterpretif yang dipakai untuk menemukan suatu hal yang baru, mengetahui makna peristiwa, ataupun menemukan hipotesis baru (Sugiyono 2010).

Metode kualitatif bertujuan guna meneliti obyek yang bersifat alamiah, dimana analisis data yang memiliki sifat induktif. Penelitian dengan metode kualitatif menghasilkan suatu penelitian yang tidak diperoleh dari prosedur statistik, namun melalui pengumpulan data dan analisis data, penelitian kualitatif sifatnya deskriptif (Anggito and Setiawan 2018).

Penelitian yang dilakukan memakai penelitian berjenis analisis deskriptif, metode analisis deskriptif merupakan penelitian yang dideskripsikan dengan sebuah objek ataupun fenomena dalam bentuk tulisan yang sifatnya naratif, bukan dalam bentuk angka melainkan dalam bentuk tulisan, karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan merepresentasikan nilai – nilai edukasi dalam Netflix bagi generasi Z. Oleh karena itu, penelitian yang kami lakukan dengan pendekatan analisis deskriptif menggunakan instrumen pengumpulan data yaitu metode kuesioner terbuka, penggunaan angket ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui pengaruh yang didapatkan oleh informan mengenai nilai-nilai edukasi melalui pemakaian layanan *streaming online* Netflix. Kuesioner terbuka yaitu kuesioner yang memberikan

kebebasan kepada informan untuk menentukan jawaban dengan menggunakan kalimatnya sendiri (Tersiana 2018).

Pada suatu penelitian terbagi atas dua data yang menjadi sumber penelitian, data primer dan sekunder. Penelitian yang dilakukan memakai data primer. Hal ini dilakukan karena sumber data bersifat langsung yang didapatkan oleh peneliti dengan subjek informan melalui penyebaran angket.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan untuk merepresentasikan penggunaan Netflix, dimana untuk mengetahui tujuan dan pengaruh penggunaan Netflix terhadap generasi Z. Melalui 10 informan yang telah ditunjukkan sebagai pengguna layanan Netflix didapatkan bahwa dominan berusia 19 tahun yang dikategorikan sebagai generasi Z.

Melalui 10 informan yang telah ditunjukkan sebagai pengguna layanan Netflix didapatkan bahwa dominan berusia 19 tahun yang dikategorikan sebagai generasi Z. Dapat ditinjau bahwa penggunaan netflix sebagai media hiburan dan media edukasi yang didapatkan melalui film atau series yang ditonton dalam intensitas waktu yang beragam. Pengaruh film atau series yang menjadi tontonan membawa sisi baik dikehidupan sehari-hari. Berikut hasil yang diperoleh dari setiap responden:

1. Informan 1, berusia 21 tahun, berlatar belakang sebagai seorang mahasiswa semester 5 yang berdomisili di Jakarta, dan memiliki hobi menyanyi. Informan 1 telah berlangganan Netflix sejak tahun 2018, dengan intensitas penggunaan Netflix yaitu satu kali dalam seminggu, dan

informan 1 mempergunakan media baru sebagai sumber edukasi, hiburan, dan juga komunikasi.

2. Informan 2, berusia 17 tahun, berlatar belakang sebagai seorang pelajar Sekolah Menengah Kejuruan yang berdomisili di Jakarta, dan memiliki hobi menonton film dan kulineran. Informan 2 telah berlangganan Netflix sejak tahun 2019, dengan intensitas penggunaan Netflix yaitu setiap hari, dan informan 2 mempergunakan media baru sebagai media hiburan dan komunikasi.

3. Informan 3, berusia 19 tahun, berlatar belakang sebagai seorang mahasiswa semester 3 yang berdomisili di Bekasi, dan memiliki hobi membaca. Informan 3 telah berlangganan Netflix sejak Oktober 2020, dengan intensitas penggunaan Netflix yaitu dua kali dalam satu minggu, dan informan 3 mempergunakan media baru sebagai media informasi dan sarana hiburan.

4. Informan 4, berusia 19 tahun, berlatar belakang sebagai seorang mahasiswa semester 1 yang berdomisili di Bekasi, dan memiliki hobi menonton. Informan 4 telah berlangganan Netflix sejak Februari 2020, dengan intensitas penggunaan Netflix yaitu tiga sampai lima kali dalam satu minggu, dan informan 4 mempergunakan media baru sebagai alat komunikasi dan hiburan.

5. Informan 5, berusia 19 tahun, berlatar belakang sebagai seorang mahasiswa semester 3 yang berdomisili di Bekasi, dan memiliki hobi menonton. Informan 5 telah berlangganan Netflix sejak Mei 2021, dengan intensitas penggunaan Netflix yaitu setiap hari sejak pandemi, dan

informan 5 mempergunakan media baru sebagai media edukasi dan juga hiburan.

6. Informan 6, berusia 21 tahun, berlatar belakang sebagai seorang mahasiswa semester 5 yang berdomisili di Bekasi, dan memiliki hobi make up. Informan 6 telah berlangganan Netflix sejak April 2021, dengan intensitas penggunaan Netflix yaitu dua sampai tiga kali dalam satu minggu, dan informan 6 mempergunakan media baru sebagai sarana hiburan.

7. Informan 7, berusia 19 tahun, berlatar belakang sebagai seorang mahasiswa semester 3 yang berdomisili di Jakarta, dan memiliki hobi menonton Netflix. Informan 7 telah berlangganan Netflix sejak Maret 2020, dengan intensitas penggunaan Netflix yaitu setiap hari dalam satu minggu, dan informan 7 mempergunakan media baru sebagai hiburan.

8. Informan 8, berusia 19 tahun, berlatar belakang sebagai seorang mahasiswa semester 3 yang berdomisili di Jakarta, dan memiliki hobi bermain game dan streaming film. Informan 8 telah berlangganan Netflix sejak Mei 2020, dengan intensitas penggunaan Netflix yaitu tiga hari dalam satu minggu, dan informan 8 mempergunakan media baru sebagai hiburan dikala bosan atau stres.

9. Informan 9, berusia 20 tahun, berlatar belakang sebagai seorang mahasiswa semester 5 yang berdomisili di Bekasi, dan memiliki hobi menonton. Informan 9 telah berlangganan Netflix sejak November 2019, dengan intensitas penggunaan Netflix yaitu dua sampai tiga jam per hari, dan informan 9

mempergunakan media baru sebagai hiburan dan sumber informasi.

10. Informan 10, berusia 18 tahun, berlatar belakang sebagai seorang mahasiswa semester 2 yang berdomisili di Depok, dan memiliki hobi menonton film. Informan 10 telah berlangganan Netflix sejak September 2021, dengan intensitas penggunaan Netflix yaitu satu kali dalam satu minggu, dan informan mempergunakan media baru sebagai sumber informasi, edukasi, serta hiburan.

Penelitian yang kami kerjakan menyatakan bahwa tujuh dari sepuluh informan mendapatkan nilai edukasi selain dari nilai hiburan dalam media digital Netflix. Berikut merupakan nilai - nilai edukasi yang informan dapatkan melalui media layanan streaming Netflix, antara lain:

1. Informan 1 memiliki hobi bernyanyi dan suka menonton Netflix sebagai sarana hiburan. Intensitas penggunaan Netflix yaitu sekali dalam seminggu dan telah berlangganan sejak tahun 2018, suka menonton film series yang berasal dari indonesia. Karena menurut informan, dengan menonton film Indonesia dapat memberikan suatu pelajaran dalam kehidupan sehari hari. Dan dengan menonton series atau film Indonesia, dapat membantu agar film Indonesia terus berkembang.

2. Informan 2 memiliki hobi kulineran dan menonton film. Intensitas penggunaan Netflix yaitu setiap hari dan telah berlangganan Netflix sejak 2019, suka menonton film drama terutama film drama korea. Hal yang di dapat dari informan setelah menonton film drama korea

contohnya dari film Start Up , pelajaran yang diambil dari film Start Up adalah memiliki banyak pengetahuan jika ingin sukses harus berani ambil resiko , harus memiliki rencana dan tujuan yang jelas seperti Han Ji Pyong , terbuka dalam menerima masukan , berani mencoba hal baru walaupun belum tentu berhasil. Dan nilai yang dapat di terapkan dalam keseharian informan adalah jangan merasa rendah diri dengan latar belakang yang kita miliki , harus tetap berusaha dan percaya diri.

3. Informan 3 memiliki hobi membaca. Intensitas penggunaan Netflix yaitu dua kali dalam satu minggu dan telah berlangganan Netflix sejak Oktober 2020 , suka menonton film series dibandingkan dengan movie. Film series yang di tonton oleh informan contohnya series Hospital Playlist dan series Dark. Pengetahuan yang didapat dari series Hospital playlist yaitu series tersebut memberikan gambaran pekerjaan seorang dokter. Dapat memberikan pengetahuan segala macam berkaitan dengan medis melalui series tersebut. Selain itu, series hospital playlist mengangkat cerita mengenai persahabatan. Dan pengetahuan yang di dapat dari film series Dark yaitu series ini series original dari Jerman yang menarik informan untuk belajar berbahasa Jerman karena menurut informan keren. Di series ini juga, menceritakan tentang time travel. Singkatnya, yang di dapat dari series ini adalah manusia tidak bisa menentang waktu walaupun dijabarkan dengan sains dan teknologi mutakhir. Dan nilai yang dapat diambil dalam kehidupan sehari-hari yaitu Dari hospital playlist, bekerja keras namun tidak memforsir diri, menghabiskan waktu

dengan orang yang kita sayang (peduli satu sama lain). Lalu dark, membiarkan waktu berjalan karena kita manusia tidak bisa menentang/ikut campur.

4. Informan 4 memiliki hobi menonton. Intensitas penggunaan Netflix yaitu tiga sampai lima kali dalam seminggu dan telah berlangganan Netflix dari Februari 2020. Manfaat yang didapatkan informan dari menonton film Netflix adalah sebagai hiburan dan edukasi. Informan suka menonton film series dibandingkan dengan movie. Film series yang ditonton contohnya Series Anne with an A , pelajaran yang di dapat dari film tersebut yaitu banyak mengajarkan nilai-nilai dalam masyarakat seperti soal rasisme, gender equality, dan sexual harassment. Dan nilai dari film tersebut yang dapat diterapkan dalam keseharian adalah membuat informan lebih aware/hati-hati dalam bertindak baik dalam rumah maupun di luar.

5. Informan 5 memiliki hobi menonton. Intensitas penggunaan Netflix yaitu setiap hari semenjak Pandemi dan telah berlangganan Netflix sejak Mei 2021, manfaat yang di dapat informan setelah menonton Netflix yaitu selain jadi sarana hiburan, Netflix juga bisa menjadi sarana edukasi seperti mengetahui budaya dan bahasa asing dengan lebih mudah, Netflix juga menyediakan film dokumenter yang sangat mengedukasi. Informan suka menonton film dibandingkan dengan series. Genre film yang di tonton yaitu komedi dan plot yang ringan. film yang di tonton oleh informan contohnya film The great hack, ini adalah film dokumenter dimana informan mempelajari tentang internet of things, cara kerja internet dan tentang bahayanya sehingga informan juga bisa lebih berhati-

hati dalam menggunakan internet.

6. Informan 6 berusia 21 tahun dan memiliki hobi *make-up*, dengan intensitas penggunaan Netflix yaitu dua sampai tiga kali dalam satu minggu dan telah berlangganan sejak bulan April 2021. Beliau memaparkan bahwa nilai edukasi juga ia dapati melalui Netflix, salah satunya lewat film *Valeria*, yang mengajarkan bahwa impian harus melewati banyak proses serta konsistensi agar dapat tercapai. Beliau memilih Netflix karena mencari alternatif sumber nilai edukasi lain.

7. Informan 7, berusia 19 tahun dan memiliki hobi menonton Netflix. Beliau telah berlangganan Netflix sejak Maret 2020, dengan intensitas penggunaan Netflix yaitu setiap satu hari dalam seminggu. Beliau mendapati nilai edukasi khususnya tentang moral dan kehidupan. Salah satu series yang beliau tonton adalah *Hometown Cha-cha-cha*, sebuah series drama romansa dari Korea Selatan.

8. Informan 8 berusia 19 tahun telah berlangganan Netflix sejak Mei 2020, dengan intensitas penggunaan Netflix yaitu tiga hari dalam satu minggu. Beliau mendapati nilai edukasinya melalui series *Squid Game*, bahwa di dalam hidup diperlukan bekerja sama dan berkorban satu sama lain. Beliau menjelaskan bahwa hal ini berpengaruh kepada dirinya yang menjadi lebih memiliki banyak pengetahuan.

9. Informan 9 berusia 20 tahun dan memiliki hobi menonton. Beliau telah berlangganan Netflix sejak November 2019, dengan intensitas penggunaan Netflix yaitu dua sampai tiga jam per hari. Beliau mendapati nilai edukasi tentang kehidupan

melalui series *Start Up*, yaitu tentang bagaimana kita terus berjuang untuk menggapai impian meskipun banyak rintangan yang harus dilewati namun hal tersebut akan membuktikan apakah kita layak untuk menerima mimpi yang kita impikan tersebut. Dan tentu, hal tersebut membutuhkan waktu. Beliau menjelaskan bahwa karena menonton series tersebut beliau menjadi lebih tahu banyak tentang rencana hidup dan berhati-hati dalam menyusunnya serta memutuskannya. Selain itu, beliau juga menjadi lebih mampu untuk membaca peluang serta memaksimalkan peluang yang sekiranya dapat dicapai.

10. Informan 10 berusia 18 tahun dan memiliki hobi menonton film. Informan 10 telah berlangganan Netflix sejak September 2021, dengan intensitas penggunaan Netflix yaitu satu kali dalam satu minggu. Beliau mendapati nilai edukasi tentang kehidupan melalui series *Squid Game*, yang mengajarkan bahwa hidup banyak lika-likunya, banyak orang yang sampai mengorbankan nyawanya demi mendapat uang juga pentingnya bersyukur sampai mempunyai pegangan dalam hidup agar tidak “salah jalan”.

Berikut beberapa nilai edukasi yang bisa didapatkan melalui menonton Netflix:

Moral dan Kehidupan

Nilai edukasi yang didapat dari menonton Netflix dalam moral dan kehidupan yang dilihat dalam kehidupan sehari-hari film tersebut. Yaitu contohnya yang didapat oleh informan dari *Series Hospital Playlist* adalah untuk bekerja keras namun tidak memforsir diri, menghabiskan waktu dengan orang yang kita sayang. Selanjutnya, dari *Dark Series*

adalah membiarkan waktu berjalan sesuai sebagaimana mestinya karena manusia tidak dapat menentang waktu serta bertindak hati - hati di dalam rumah maupun luar rumah. Kemudian dari *Start Up Series* pelajaran yang didapat adalah jika kita memiliki suatu tujuan dan mendapatkan banyak rintangan, semakin banyak rintangan dan masalah yang dihadapi akan membentuk kita menjadi pribadi yang lebih baik dan lebih layak untuk mencapai tujuan tersebut dan kita harus memanfaatkan dengan baik peluang yang ada.

Bahasa

Sebagian responden mengatakan nilai edukasi bahasa yang didapatkan dari menonton Netflix karena ada berbagai bahasa yang terdapat dalam Netflix sehingga banyak pengetahuan dari berbagai bahasa yang dapat dipahami. Nilai edukasi yang didapatkan oleh responden, contohnya dalam *Dark Series* yang berasal dari Jerman membuat informan tersebut tertarik untuk mempelajari bahasa Jerman.

Teknologi

Selain nilai moral dan bahasa, responden juga mendapatkan nilai edukasi tentang teknologi setelah menonton film di Netflix. Contohnya, yaitu salah satu responden menonton film *The Great Hack*, film tersebut adalah film dokumenter yang mempelajari tentang *internet of things* mulai dari cara kerja internet dan bahaya yang terjadi saat menggunakan internet secara tidak hati - hati. Maka nilai edukasi yang terdapat dalam film tersebut selain tentang cara kerja internet, kita juga harus berhati - hati dalam penggunaan internet.

Hasil ini menunjukkan adanya Teori

Uses and Gratification yang terbukti nyata terjadi di antara informan yang memilih menggunakan media mana yang dapat memberikan nilai sesuai yang mereka inginkan. Perbedaan nilai dari berbagai audiens disebabkan oleh faktor sosial dan psikologis yang berbeda diantara informan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Netflix yang menyediakan layanan film berbayar secara streaming dan berfokus kepada memberikan nilai hiburan, ternyata dapat menjadi sarana yang baik bagi masyarakat mencari nilai edukasi selain dari nilai hiburan, seperti nilai moral bahkan hingga belajar budaya dan bahasa baru. Serta penelitian ini membuktikan bahwa teori *Uses and Gratification* terjadi pada audiens di masa sekarang, yang mampu memilih sendiri nilai yang berarti bagi mereka.

REKOMENDASI

Netflix memang merupakan media hiburan. Namun, hendaknya audiens yang menikmati layanan Netflix perlu menjadi penonton yang cerdas dengan mengakses film/series berkualitas yang mengandung nilai-nilai moral dan edukasi dengan mengambil sisi positif dari film untuk diaplikasikan didalam kehidupan. Berdasarkan hasil penelitian, Generasi Z harus bijak dalam menggunakan layanan media bukan hanya sekedar mencari hiburan semata.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, N. (2019). Pengajaran dan Pembelajaran di Era Digital. IQ (Ilmu Al-Quran): Jurnal Pendidikan Islam Volume 2 No. 1.

- Alvarez-Monzoncillo, & Maria, J. (2015). Watching the Internet: The Future of TV? *Media XXI*.
- Asri, R. (2020). Membaca Film Sebagai Sebuah Teks: Analisis Isi Film “Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini (NKCTHI)”. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, Vol. 1, No.2.
- Goleman, D. (1995). *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*. Bantam.
- Groshek, J., & Krongard, S. (2016). Netflix and Engage? Implications for Streaming Television on Political Participation during the 2016 US Presidential Campaign. *Social Sciences*.
- Kasih, A. P. (2020, Juni 24). Survei UNICEF: 66 Persen Siswa Mengaku Tak Nyaman Belajar di Rumah. Retrieved from Kompas: <https://edukasi.kompas.com/read/2020/06/24/090832371/survei-unicef-66-persen-siswa-mengaku-tak-nyaman-belajar-di-rumah#:~:text=Hasil%20survei%20menyebut%2C%20sebanyak%2066,segera%20kembali%20belajar%20di%20sekolah>
- Krstić, S. (2018). “Binge-Watching”: The New Way of Watching TV Series. *Fakultet za medije i komunikacije - Univerzitet Singidunum*.
- Ngongo, V. L., Hidayat, T., & Wiyanto. (2019). Pendidikan di Era Digital. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang*.
- Prabowo, R. (2019). Analisis Loyalitas Pengguna Layanan Video On Demand Berlangganan Netflix Menggunakan Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology.
- Sherman, N. (2021, Januari 19). Netflix: Four things which have driven its success. Retrieved from BBC: <https://www.bbc.com/news/business-55723926>
- Statista. (2021, April). Number of Netflix paid subscribers worldwide from 1st quarter 2013 to 1st quarter 2021. Retrieved from Statista: <https://www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Tapper, J. (2019, Maret 2). No habla español? How Netflix could transform the way we learn languages. Retrieved from The Guardian: <https://www.theguardian.com/education>
- Anggito, Albi, and Johan Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edited by Ella Deffi Lestari. 1st ed. Sukabumi: CV Jejak.
- Edwin, Joseph, and Irwansyah Irwansyah. 2021. “Motivasi Milenial Menonton Layanan Streaming.” *Jurnal Komunikasi Global* 10 (1): 77–100. <https://doi.org/10.24815/jkg.v10i1.20210>
- Firamadhina, Fadhlizha Izzati Rinanda, and Hetty Krisnani. 2021. “PERILAKU GENERASI Z TERHADAP

PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
TIKTOK: TikTok Sebagai Media
Edukasi Dan Aktivisme.” *Share : Social
Work Journal* 10 (2): 199.
[https://doi.org/10.24198/share.v10i2.314
43.](https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443)

Medyada Boş Zamanın Dönüşümü:
Tıkinmalı İzleme. D.Yengin içinde,
Sosyal Medya Araştırmaları. İstanbul:
Paloma.

- Humaizi. 2018. *Uses and Gratifications
Theory*. Medan: USU Press.
- Indrajaya, Stefiani Emasurya, and Lukki
Lukitawati. 2019. “Tingkat Kepercayaan
Generasi Z Terhadap Berita Infografis
Dan Berita Ringkas Di Media Sosial.”
Jurnal Komunikasi 11 (2): 169.
[https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.5045.](https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.5045)
- Pujiono, Andrias. 2021. “Media Sosial
Sebagai Media Pembelajaran Bagi
Generasi Z.” *Didache: Journal of
Christian Education* 2 (1): 1.
[https://doi.org/10.46445/djce.v2i1.396.](https://doi.org/10.46445/djce.v2i1.396)
- Qurniawati, Y. 2018. “EWOM PADA
GENERASI Z DI SOSIAL MEDIA.”
Jurnal Manajemen Dayasaing 20 (2):
70–80.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian
Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif,
Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung:
Alfabeta.
- Tersiana, Andra. 2018. *Metode Penelitian.
Anak Hebat Indonesia*.
- Zis, Sirajul Fuad, Nursyirwan Effendi, and
Elva Ronaning Roem. 2021. “Perubahan
Perilaku Komunikasi Generasi Milenial
Dan Generasi Z Di Era Digital.”
*Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan
Perubahan Sosial* 5 (1): 69–87.
[https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15
550.](https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550)
- n/2019/mar/02/netflix-languages-education
- Vanderplank, R. (2016). *Captioned Media
in Foreign Language Learning and
Teaching: Subtitles for the Deaf and
Hard-of-Hearing as Tools for
Language Learning (New Language
Learning and Teaching Environments)*
1st ed. Palgrave Macmillan.
- Yengin, D., & Kınay, Ö. (2015). *Yeni*