

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu terpaan konten *review* film dan keputusan menonton film. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh terpaan konten *review* film pada akun *Movie Review* by KEPIN HELMY (@kepinhelmy) di media sosial TikTok terhadap keputusan menonton film. Penelitian ini mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner kepada 400 responden yang merupakan pengikut (*followers*) akun TikTok @kepinhelmy.

Berdasarkan olah data yang telah dilakukan oleh peneliti. Terpaan konten *review* film akun TikTok @kepinhelmy memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *followers*. Melalui hasil analisis uji regresi linear sederhana dan uji T juga diketahui bahwa ada pengaruh antara terpaan konten *review* film akun TikTok @kepinhelmy terhadap keputusan menonton film *followers*.

Besarnya pengaruh antar variabel juga dapat diketahui melalui hasil pengujian koefisien determinasi. Dari hasil uji tersebut dapat diketahui bahwa variabel terpaan konten *review* film dapat memberikan pengaruh sebesar 38,3% terhadap keputusan menonton film *followers*, sedangkan 61,7% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian.

B. Saran

1. Saran Akademis

Saran akademis yang peneliti berikan adalah agar peneliti-peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian menggunakan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan menonton. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk dapat menggunakan variabel *intervening* untuk membantu melihat lebih dalam hubungan antara variabel dependen dan independent.

2. Saran Praktis

Saran praktis yang dapat peneliti berikan pada pemilik akun @kepinhelmy adalah untuk tetap konsisten membuat konten *review* film dan memiliki jadwal *upload* konten yang teratur. Pemilik akun juga disarankan untuk dapat lebih banyak berinteraksi dengan *followers* di kolom komentar, melihat banyaknya *followers* yang mencari informasi film dari kolom komentar konten yang diunggah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, A. R. (2021). Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-OR) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 6(2), 74-90. doi: <http://dx.doi.org/10.33477/alt.v6i2.2525>
- Afriani. (2023). Pengaruh Media Online *Reviews* Terhadap Keputusan Menonton Film. *Jurnal penelitian sosial ilmu komunikasi*, 7(1), 1-10.
- Akbar, I. (2022). Pengaruh Tayangan Konten *Review* Film pada *Channel* Youtube Cine Crib Terhadap Keputusan Menonton *Subscribers*. *Jurnal PIKMA*, 5(1), 144-149. Retrieved from <https://jurnal.amikom.ac.id/index.php/pikma/article/view/880>
- Anggreni, D. (2022). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kesehatan*. Mojokerto: STIKes Majapahit.
- APJII. (2022, Juni). Profil Internet Indonesia 2022. Indonesia. Diakses melalui <https://apjii.or.id/survei/surveiprofilinternetindonesia2022-21072047>
- Aten, J. (2020). TikTok Is the Fastest-Growing Sosial Media Network Ever. Why the U.S. May Ban It. Diakses melalui <https://www.inc.com/jason-aten/tiktok-is-fastest-growing-sosial-media-network-ever-why-us-may-ban-it.html>
- Bhandari, Aparajita. (2022). Why's Everyone on TikTok Now? The Algorithmized Self and the Future of Self-Making on Sosial Media. *SAGE*, 1-11. Doi: 10.1177/20563051221086241.
- Buana. (2020). Penggunaan Aplikasi TikTok (versi terbaru) dan Kreativitas Anak. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 1-10. Retrieved from <https://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalinovasi/article/view/1390>
- Dewanta, Anak Agung. (2020). Analisis Semiotika Dalam Film Dua Garis Biru Karya Gina S.Noer. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa Indonesia*, 9(1), 26-35.
- Dewanto, Deddy. (2016). *Faktor-Faktor yang Menentukan Tingkat Pembelian Mie Instant Indomie*. Jakarta: Universitas Esa Unggul.
- Diputra. (2021). Analisis Semiotika dan Pesan Moral pada Film Imperfect 2019 Karya Ernest Prakasa. *Jurnal Purnama Berazam*, 2(2), 111-122.
- Doni, Fahlepi Roma. (2017). Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja. *IJSE*, 3(2), 15-22
- Firamadhina. (2020). Perilaku Generasi Z terhadap Penggunaan Media Sosial TikTok: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Sosial Work Journal*, 10(2), 199-208. doi: 10.24198/share.v10i2.31443

- Gavilan, D. (2019). The influence of online ratings on film choice: decision making and perceived risk. *Communication and society*, 32(2), 45-59.
- Ghassani, Adlina. (2019). Pemaknaan Rasisme Dalam Film (Analisis Resepsi Film Get Out). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 127-134.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Haliem. (2018). Pengaruh Terpaan Media Line Webtoon “Wonderwall” Terhadap Opini Pembaca Mengenai Isu Kesehatan Mental. *PROLOGIA*, 2(2), 58-65. doi: <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3730>
- Harsiti. (2022). Penerapan Metode Regresi Linier Sederhana untuk Prediksi Persediaan Obat Jenis Tablet. *Jurnal Sistem Informasi*, 9(1),12-16.
- Hasanah. (2017). PENGARUH CELEBRITY’S ENDROSMENT DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN MENONTON FILM NASIONAL (Studi Kasus Pada Penonton Bioskop NSC Sun City Mall Madiun). *Fokus Ekonomi*, 12(1), 99-116. doi: <https://doi.org/10.34152/fe.12.1.99-116>
- Holmes, D. (2005). *Communication Theory Media, Technology Society*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Imanto, T. (2007). Film sebagai proses kreatif dalam bahasa gambar. *Jurnal Komunikologi*, 4(1), 22-34.
- Kominfo. (2022, Sept 29). Kominfo Lanjutkan Lima Program Prioritas di 2023. Diakses melalui <https://www.kominfo.go.id/content/detail/44678/kominfo-lanjutkan-lima-program-prioritas-di-2023/0/artikel#:~:text=Di%20luar%20itu%2C%20berdasarkan%20laporan,02%20persen%20dari%20penduduk%20Indonesia.>
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Li. Y. (2021). Communicating COVID-19 Information on TikTok: a Content Analysis of TikTok Videos From Official Accounts Featured In The COVID-19 Information Hub. *Health Education Research*, 36(3), 261-271. doi: 10.1093/her/cyab010
- Mayangky, Nissa Almira. (2019). Pengaruh Rating Film Terhadap Jumlah Audience Yang Menonton Film. *Indonesian Journal on Software Engineering*, 5(2), 113-120. doi: <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i2.6963>
- Nasution, L. (2017). Statistik Deskriptif. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 49-55.

- Neuman, W. Lawrence. (2000). *Sosial Research Methods, Qualitative and Quantitative Approaches*. Melbourne: Longman.
- Nofri. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)*. 5(1). 113-132.
- Puspasari, H. (2022). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan dalam Menghadapi Covid-19. *Jurnal Kesehatan*, 13(1), 65-71.
- Puspitarini, D. S. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy GoLucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71-80. doi: <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & S., M. B. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 47-51. doi: <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>
- Rahman. (2021). Pengaruh Koten *Review* Smartphone Samsung Galaxy A72 Di Youtube Terhadap Minat Beli Masyarakat. *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi*, 26(2), 83-92.
- Rakhmat, J. (1989). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Ramadhanty, P., & Malau, R. M. U. (2020). PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING CONTENT INSTAGRAM@ KEDAIKOPIKULO TERHADAP SIKAP KONSUMEN. *LINIMASA: JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 3(2), 1-15.
- Ridwan, P. (2022, November 15). Serba-serbi Perkembangan TikTok. Diakses melalui <https://goodstats.id/article/serba-serbi-perkembangan-tiktok-Uy4n7>
- Rizki, M. A. (2017). Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Destinasi dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 49(2), 157-164.
- Sadya, S. (2023, Februari 20). Pengguna TikTok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia pada Awal 2023. Diakses melalui <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia-pada-awal-2023>
- Saputra, P. D. (2019). Pengaruh Persepsi Konten *Review* Film Indonesia pada Akun Twitter @watchmenid Terhadap Minat Penonton. *Lektur*, 2(3), 280-288. doi: <https://doi.org/10.21831/lektur.v2i3.16312>

- Sari, M. (2023). Eksplanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*, 3(1), 10-16. doi: <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>
- Sari, Meutia Puspita. (2017). Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa FISIP Universitas Riau. *JOM FISIP*, 4(2), 1-13
- Stephanie. (2021, Agustus 26). Apa itu FYP di TikTok dan Bagaimana Cara Kerjanya. Diakses melalui <https://amp.kompas.com/tekno/read/2021/08/26/10410017/apa-itu-fyp-di-tiktok-dan-bagaimana-cara-kerjanya>
- Supardi. (1993). Populasi dan Sampel Penelitian. *UNISIA*, 17(13), 101-108.
- Sutrisno, A, P. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @HUMASBDG Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118-133. doi: <https://doi.org/10.34010/common>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Taluke, D. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Jurnal Spasial*, 6(2), 531-540.
- Techfor.Id. (2020). The Rise of TikTok: Masa Keemasan TikTok Selama Masa Pandemi. Diakses melalui <https://www.techfor.id/the-rise-of-tiktok-masa-keemasan-tiktok-selama-masa-pandemi/>
- TikTok. (2023). Akun Terverifikasi di TikTok. Diakses melalui <https://support.tiktok.com/id/using-tiktok/growing-your-audience/how-to-tell-if-an-account-is-verified-on-tiktok>
- Pandia, I. (2014). Penggunaan Smartphone dalam Mendukung Prestasi Belajar Siswa SMPN1 Kubung Kabupaten Solok Sumatera Barat. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan (PIKOM)*, 15(2), 122-135. doi: <https://doi.org/10.31346/jpikom.v15i2.1330>
- WowKeren. (2022, Juni 6). HITSfluencer: Kepin Helmy, Dari Gemar Horor Sampai Jadi Movie Reviewers Viral. Diakses melalui <https://www.wowkeren.com/berita/tampil/00432070.html>.
- Yudhistria, (2022, Maret 29). TikTok Disebut Platform Digital yang Paling Banyak Digunakan di Dunia, Ini Rahasiannya. Diakses melalui <https://www.theiconomics.com/accelerated-growth/tiktok-disebut-platform-digital-yang-paling-banyak-digunakan-di-dunia-ini-rahasiannya/>

Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah*. 7(1), 17-23.





LAMPIRAN PERNYATAAN KUESIONER

Pertanyaan Filter

1. Apakah Anda mengikuti atau menjadi *followers* akun media sosial TikTok @kepinhelmy (Movie Review by KEPIN HELMY).

- Iya
- Tidak

2. Berapa lama Anda mengikuti atau menjadi *followers* akun media sosial TikTok @kepinhelmy (Movie Review by KEPIN HELMY)?

- > 1 tahun
- 6 bulan
- 3 bulan
- 1 bulan
- < 1 bulan

3. Berapa kali Anda mengakses akun @kepinhelmy dalam satu bulan?

- > 5 kali
- 4 kali
- 3 kali
- 2 kali
- 1 kali

Profil Responden

Nama Lengkap / Panggilan :

Usia :

Jenis Kelamin :

Pendidikan :

Petunjuk Pengisian

Kuesioner ini berisikan pernyataan-pernyataan yang tujuannya untuk menghasilkan dan menemukan data tentang pengaruh dari konten *review* film pada akun media sosial TikTok @kepinhelmy terhadap keputusan menonton *followers*.

Responden pada kuesioner ini diharapkan dapat memilih jawaban dari pernyataan-pernyataan dari skala yang telah ditentukan sebagai berikut:

- 1: Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2: Tidak Setuju (TS)
- 3: Netral/ Ragu-ragu (N)
- 4: Setuju (S)
- 5: Sangat Setuju (SS)

PERNYATAAN KUESIONER

I. Terpaan Media

A. Frekuensi

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya sering mengunjungi profil TikTok @kepinhelmy					
2	Saya sering melihat unggahan konten <i>review</i> film di akun @kepinhelmy					
3	Saya sering memberikan <i>Like</i>					

	dan <i>Comment</i> terhadap unggahan konten <i>review</i> film @kepinhelmy.					
--	---	--	--	--	--	--

B. Atensi

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memperhatikan dengan fokus unggahan konten <i>review</i> TikTok @kepinhelmy					
3	Saya tertarik untuk menonton film yang di- <i>review</i> @kepinhelmy					

C. Durasi

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya banyak mengakses informasi tentang film melalui TikTok @kepinhelmy					
2	Saya menghabiskan waktu untuk menyaksikan video TikTok @kepinhelmy					
3	Saya membaca komentar-komentar di kolom komentar @kepinhelmy sebelum menonton film					

II. Keputusan Pembelian

A. Pengenalan Kebutuhan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mengetahui konten <i>review</i> seperti apa yang saya sukai					

B. Pencarian Informasi

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mencari tahu lebih banyak mengenai film yang akan saya tonton dari komentar akun @kepinhelmy					

C. Evaluasi Alternatif

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memilih film mana yang akan saya tonton setelah melihat konten @kepinhelmy					

D. Keputusan Menonton Film

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memutuskan untuk menonton film yang telah di- <i>review</i> oleh akun @kepinhelmy di					

	bioskop atau aplikasi <i>streaming</i> film berbayar					
--	--	--	--	--	--	--



LAMPIRAN UJI VALIDITAS

A. Uji Validitas Variabel X

		Correlations					
		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6
X.1	Pearson Correlation	1	.453*	.263	.160	.334	.134
	Sig. (2-tailed)		.012	.160	.398	.071	.481
	N	30	30	30	30	30	30
X.2	Pearson Correlation	.453*	1	.128	.365*	.384*	.056
	Sig. (2-tailed)	.012		.500	.048	.036	.767
	N	30	30	30	30	30	30
X.3	Pearson Correlation	.263	.128	1	.151	.248	.280
	Sig. (2-tailed)	.160	.500		.424	.186	.133

	N	30	30	30	30	30	30
X.4	Pearson Correlation	.160	.365*	.151	1	.564**	.334
	Sig. (2-tailed)	.398	.048	.424		.001	.071
	N	30	30	30	30	30	30
X.5	Pearson Correlation	.334	.384*	.248	.564**	1	.183
	Sig. (2-tailed)	.071	.036	.186	.001		.334
	N	30	30	30	30	30	30
X.6	Pearson Correlation	.134	.056	.280	.334	.183	1
	Sig. (2-tailed)	.481	.767	.133	.071	.334	
	N	30	30	30	30	30	30
X.7	Pearson Correlation	.149	.237	.249	.095	.108	-.019
	Sig. (2-tailed)	.433	.207	.185	.619	.571	.921
	N	30	30	30	30	30	30
X.8	Pearson Correlation	.459*	.406*	.253	.239	.499**	.234
	Sig. (2-tailed)	.011	.026	.178	.204	.005	.214
	N	30	30	30	30	30	30
Total_X	Pearson Correlation	.648**	.640**	.569**	.583**	.667**	.471**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.001	.000	.009
	N	30	30	30	30	30	30



B. Uji Validitas Variabel Y

Correlations						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.393*	.222	.485**	.721**
	Sig. (2-tailed)		.032	.239	.007	.000
	N	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.393*	1	.427*	.381*	.744**
	Sig. (2-tailed)	.032		.019	.038	.000
	N	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.222	.427*	1	.307	.704**
	Sig. (2-tailed)	.239	.019		.099	.000
	N	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.485**	.381*	.307	1	.731**
	Sig. (2-tailed)	.007	.038	.099		.000
	N	30	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	.721**	.744**	.704**	.731**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30



A. Uji Reliabilitas Variabel X

B. Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.728	8

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X.1	25.50	17.362	.473	.690
X.2	25.13	17.844	.481	.688
X.3	25.77	18.185	.369	.714
X.4	25.23	18.875	.433	.699
X.5	24.60	18.869	.562	.682
X.6	25.30	19.597	.278	.729
X.7	25.30	20.217	.255	.731
X.8	25.00	16.966	.571	.668

C. Uji Reliabilitas Variabel Y

D. Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0

Total	30	100.0
-------	----	-------

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.691	4

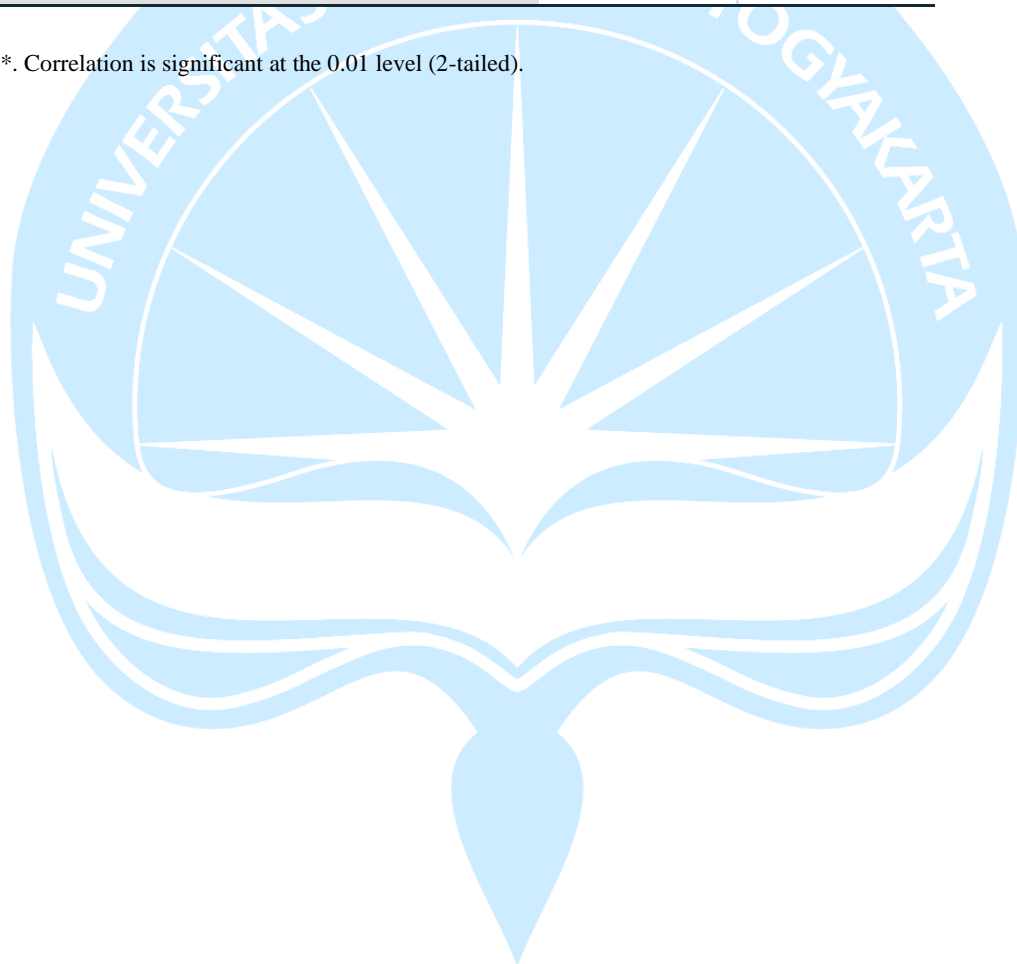
Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	11.50	5.845	.466	.632
Y.2	11.33	6.023	.540	.591
Y.3	11.30	5.734	.401	.684
Y.4	11.17	6.075	.519	.603

LAMPIRAN UJI KORELASI

Correlations

		Terpaan Konten	Keputusan Menonton
Terpaan Konten	Pearson Correlation	1	.619**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	400	400
Keputusan Menonton	Pearson Correlation	.619**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	400	400

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



LAMPIRAN UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA

Variabels Entered/Removed^a

Model	Variabels Entered	Variabels Removed	Method
1	Terpaan Konten ^b	.	Enter

a. Dependent Variabel: Keputusan Menonton

b. All requested variabels entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.619 ^a	.383	.381	1.833

a. Predictors: (Constant), Terpaan Konten

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	829.621	1	829.621	246.841	.000 ^b
	Residual	1337.657	398	3.361		
	Total	2167.278	399			

a. Dependent Variabel: Keputusan Menonton

b. Predictors: (Constant), Terpaan Konten

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.203	.659		9.411	.000
	Terpaan Konten	.326	.021	.619	15.711	.000

a. Dependent Variabel: Keputusan Menonton

LAMPIRAN UJI DESKRIPTIF

A. Terpaan Konten

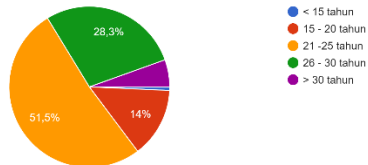
Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
FREKUENSI 1	400	1	5	3.70	.898
FREKUENSI 2	400	1	5	3.99	.855
FREKUENSI 3	400	1	5	3.82	.958
ATENSI	400	1	5	3.88	.935
ATENSI	400	1	5	4.09	.798
DURASI	400	1	5	4.09	.869
DURASI	400	1	5	3.84	.976
DURASI	400	1	5	4.04	.888
Valid N (listwise)	400				

B. Keputusan Menonton

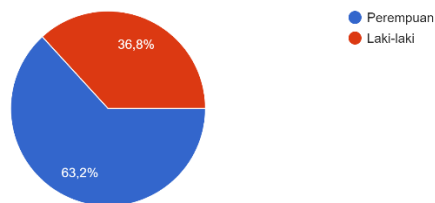
Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengenalan Kebutuhan	400	1	5	4.08	.882
Pencarian Informasi	400	1	5	4.19	.751
Evaluasi Alternatif	400	1	5	4.06	.910
Keputusan	400	1	5	4.12	.883
Valid N (listwise)	400				

LAMPIRAN DATA KUESIONER

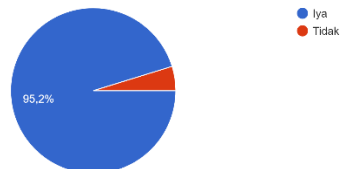
Usia
421 jawaban



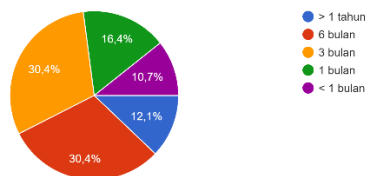
Jenis Kelamin
421 jawaban



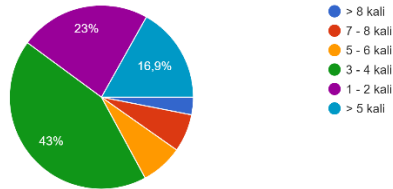
Apakah Anda mengikuti atau menjadi followers akun media sosial TikTok @kepinhelmy (Movie Review by KEPIN HELMY)?
421 jawaban



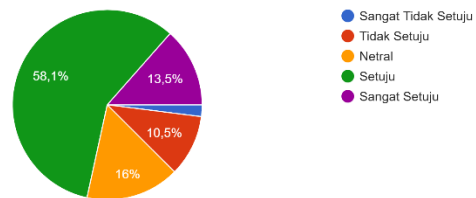
Berapa lama Anda mengikuti atau menjadi followers akun media sosial TikTok @kepinhelmy (Movie Review by KEPIN HELMY)?
421 jawaban



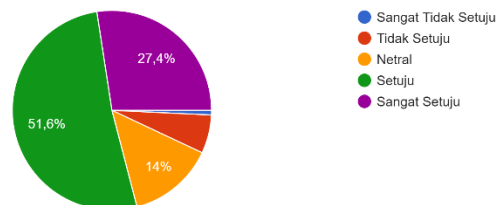
Berapa kali Anda mengakses akun @kepinhelmy dalam satu bulan?
421 jawaban



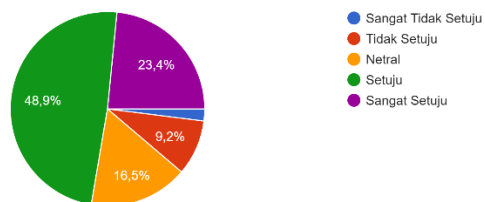
Saya sering mengunjungi profil Tikok @kepinhelmy
401 jawaban



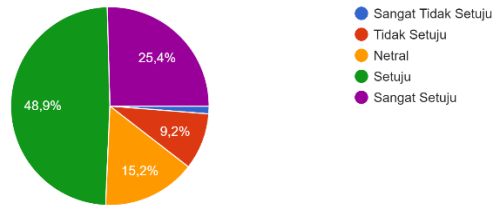
Saya sering melihat unggahan konten review film di akun @kepinhelmy
401 jawaban



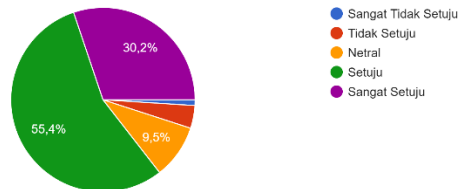
Saya sering memberikan like dan Comment terhadap unggahan konten review film @kepinhelmy.
401 jawaban



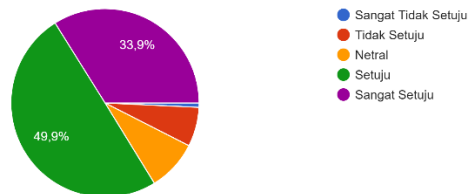
Saya memperhatikan dengan fokus unggahan konten review film TikTok @kepinhelmy
401 jawaban



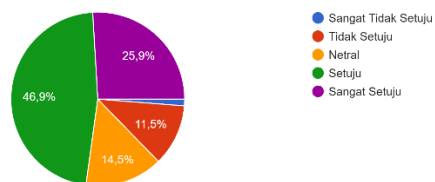
Saya tertarik untuk menonton film yang di-review @kepinhelmy
401 jawaban



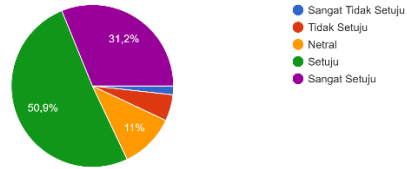
Saya banyak mengakses informasi tentang film melalui TikTok @kepinhelmy
401 jawaban



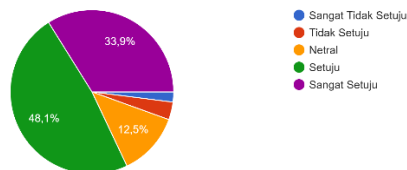
Saya menghabiskan waktu untuk menyaksikan video konten review film di daftar putar dengan judul "film" di akun TikTok @kepinhelmy
401 jawaban



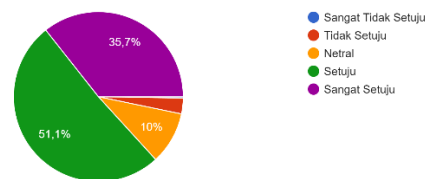
Saya membaca komentar-komentar di kolom komentar konten review @kepinhelmy sebelum menonton film
401 jawaban



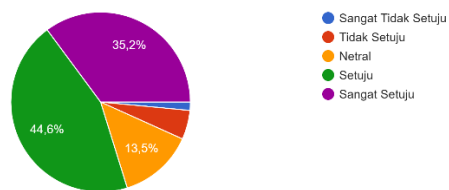
Saya mengetahui konten review film seperti apa yang saya sukai
401 jawaban



Saya mencari tahu lebih dalam mengenai film yang akan saya tonton dari komentar konten review @kepinhelmy
401 jawaban



Saya memilih film mana yang akan saya tonton setelah melihat konten review film @kepinhelmy
401 jawaban



Saya memutuskan untuk menonton film yang telah di-review oleh akun @kepinhelmy di bioskop atau aplikasi streaming film.
401 jawaban

